



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURIDICAS

“Año de la universidad emprendedora”

TESIS MONOGRAFICA PARA OPTAR AL TITULO DE LICENCIADO(A) EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

TEMA:

“La importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo enfocados en temáticas de Género, Derechos Sexuales y reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”

AUTORES:

Ana María Aguirre Pichardo

Belkis Mabeth Fierro Hernández

Tutor(a):

MSC. Hazel Rueda

Managua, Diciembre 2017

¡A la libertad por la Universidad!



*"El compromiso del periodista está
esencialmente con la noticia.*

*El del comunicador para el desarrollo,
con el cambio de conducta"*

Luis Ramiro Beltrán, Periodista boliviano



Índice

Dedicatorias-----	pág.4-5
Agradecimientos-----	pág. 6-7
Resumen-----	--pág. 8
Introducción-----	pág. 9
Tema-----	pág. 10
Antecedentes-----	pág. 11
Planteamiento del problema-----	pág. 12-13
Justificación-----	pág. 14-15
Objetivos-----	pág. 16
1. General	
2. específicos	
Marco Teórico-----	pág. 17-43
Preguntas Directrices-----	pág. 44
Marco Metodológico-----	pág. 45-51
Análisis de resultados-----	pág. 52-112
Conclusiones -----	pág. 113-115
Recomendaciones-----	pág. 116-118
Propuesta -----	pág. 119-121
Bibliografía-----	pág. 124-126
Web grafía-----	pág. 127-130
Anexos-----	pág. 131 -197



Dedicatoria

- œ A Dios que en su infinita misericordia me permitió culminar mis estudios profesionales.

- œ A mi madre quien es una mujer fuerte de corazón y espíritu, y ha estado conmigo en los momentos más adversos en mi vida.

- œ A mi familia quienes fueron pilares importantes en mi formación y éxito académico.

Ana Aguirre



Dedicatoria

- ☞ A Dios por concederme la dicha de culminar mi carrera profesional.
- ☞ A mi ángel que desde el cielo me cuida, a vos Brayan.
- ☞ A mi abuelo por inculcarme el gusto del periodismo objetivo.
- ☞ A mi madre por apoyarme día a día en mi vida universitaria.
- ☞ A mi familia por formarme en valores éticos y cristianos

Por Belkis Mabeth Fierro Hernández.



Agradecimientos

- ☞ A Dios quien me ha guiado en este mundo lleno de obstáculos, y a pesar de ello me lleva de la mano para que sea una persona con convicciones férreas.
- ☞ A mi familia quien forma parte de todas las decisiones, triunfos, derrotas y que siempre será mi refugio.
- ☞ A los maestros quienes enriquecieron mi vida con conocimiento y lecciones de vida que me servirán en el andar por el mundo.
- ☞ A mis amigos y compañeros quienes de alguna forma colaboraron en mi proyecto académico con su apoyo y disponibilidad.
- ☞ A Fundación Luciérnaga por su disponibilidad y apoyo para realizar esta investigación.
- ☞ A los entrevistados quienes fueron personas muy amables y carismáticas que compartieron sus experiencias con nosotras.
- ☞ A la UNAN-Managua por abrimos sus puertas y darme la oportunidad de crecer como profesional.

Ana Aguirre



Agradecimientos

A Dios por protegerme, a mi madre por ser mi fuerza y mi motor para salir adelante, a cada una de las familias que me acogieron en su seno y me apoyaron en momentos difíciles, a mis amigos por preguntar ¿Cómo va la tesis?, a esas personas que llegaron a mi vida a darme lecciones de éxito, aquellas personas que me dieron consejos.

A Fundación Luciérnaga por abrirnos sus puertas para realizar nuestro estudio. A los entrevistados que apartaron su espacio para recibirnos muy cordialmente en sus oficinas.

A los docentes de mi Alma Máter que me formaron a lo largo de cinco años impartiendo su mayor conocimiento en mi formación profesional.

Por Belkis Mabeth Fierro Hernández.



Resumen

Este trabajo investigativo tiene por objetivo analizar la importancia de los productos audiovisuales que dentro del campo de la comunicación para el desarrollo aportan al cambio social en temáticas relacionadas a Género, Derechos Sexuales y reproductivos, Niñez y Juventud.

Se tomó como referencias los productos audiovisuales de Fundación Luciérnaga, institución que trabaja con la producción de audiovisuales para el desarrollo y la puesta en escena de problemáticas sociales que afronta la población, además Fundación Luciérnaga facilita y trabaja en función de promover estos audiovisuales con fines educativos y prevención relacionadas a las temáticas.

En la investigación se consideró como objeto de estudio el documental “Casa de Muñecas”, el cual se trabajó bajo la temática de niñez y juventud, cuyo tema central es el embarazo en la adolescencia, este documental presenta la vivencia de dos adolescentes durante y después del embarazo y está dirigida principalmente a los adolescentes.

Para la temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, se presentó una recopilación de la tele novela “Loma verde” titulada “Muy Machos”, cuyo tema central es la violencia de género y el VIH. Es importante resaltar que la temática en la línea de estudio de la carrera aporta significativamente a la investigación científica, los hallazgos encontrados vienen a reforzar el perfil de los futuros Comunicadores para el Desarrollo, por el enfoque social y técnico que encierra el mundo de la comunicación audiovisual, asimismo, los paradigmas de la comunicación para el desarrollo y de cambio social que integran la cosmovisión transformadora de los comunicadores en la sociedad.



Introducción

El presente escrito tiene por tema de investigación “La importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo enfocados en temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”, el cual, tiene como objetivo principal analizar la importancia de los productos audiovisuales principalmente, los que abordan temáticas sociales como los de Fundación Luciérnaga.

La investigación contiene fundamentos científicos reflejados en el marco teórico, además, cuenta con justificación y planteamiento del problema donde se exponen los principales argumentos sobre la temática y la importancia en su abordaje, cabe destacar, que la metodología planteada corresponde al tipo de investigación que se pretende realizó.

Asimismo, contiene los instrumentos que se aplicaron a la muestra previamente seleccionada. Estos instrumentos están estructurados de cuestionarios sencillos, a través, de ellos se obtuvo información indispensable y datos relevantes e indicados para el análisis investigativo.

El análisis refleja la información recopilada a través de las distintas técnicas de investigación que se aplicaron, los cuales sirvieron para dar respuesta a los objetivos planteados.

Por lo tanto, la importancia de la temática de investigación y la tendencia marcará un antecedente para futuros trabajos con la misma línea investigativa. De igual forma, esta investigación explora más a fondo el área de los audiovisuales con enfoque de prevención y concientización social.



Tema general:

“Los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo”

Tema específico:

“La importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo enfocados en temáticas de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”.



Antecedentes

Se realizó una búsqueda de forma electrónica y presencial donde se acudió a la Biblioteca del Banco Central, la Biblioteca Salomón de la Selva en la UNAN Managua, no se encontraron investigaciones similares a la que se está realizando con la misma línea investigativa, sin embargo, en el repositorio de la Universidad Centroamericana se encontró la investigación titulada: “del Cine al Video” Realidad del Cine Nicaragüense realizada por: María Denisse Villalta Hernández en el 2013.

El objetivo general de esta investigación fue: Realizar un documental televisivo “Del Cine al Video”: Realidad Nicaragüense, para mostrar el cambio que sufrió la producción del cine nicaragüense con la desaparición del Instituto de Cine Nicaragüense INCINE en 1992.

En base a la investigación se obtuvieron los siguientes resultados:

Con la realización del documental “se obtuvieron testimonios de cineastas de INCINE y con los productores de la actualidad se logró recolectar información necesaria para la temática expuesta en el documental que es el cambio de tecnología”

“se comprobó que este tema es de mucho interés para las nuevas generaciones porque tienen muchas ideas creativas que podrían ser plasmadas en audiovisuales de calidad”

Por otro lado, se realizó la búsqueda pertinente para la debida obtención de investigaciones similares a la temática en estudio, pero los resultados fueron muy limitados, es decir, solo se tomó en cuenta la investigación antes mencionada como antecedente.



Planteamiento del problema:

El campo de la comunicación posee gran diversidad de herramientas alternativas para la difusión de mensajes en la sociedad, estas herramientas con las que cuenta pueden ir desde una nota escrita hasta un producto audiovisual donde se mezclan imágenes, colores y sonidos.

Los recursos audiovisuales son herramientas de comunicación que generan impacto en su público por la combinación entre imágenes y mensajes, ya que, reflejan situaciones reales con las cuales el público se identifica. Además generan interés y más aún cuando los audiovisuales están dirigidos a concientizar sobre alguna temática en específico.

En Nicaragua existen organismos que trabajan con audiovisuales como herramientas de difusión para temáticas sociales, entre ellas se puede mencionar a Fundación Luciérnaga fundada en 1993 que nace a partir de la idea de sensibilizar y educar por medio de “Comunicación Audiovisual para el Desarrollo” implementando así la elaboración y producción de material audiovisual para promover y defender los derechos humanos.

Fundación Luciérnaga trabaja con diferentes ejes temáticos de los cuales se tomó en cuenta, Género y Derechos Sexuales. Estos temas tienen como objetivo sensibilizar y promover cambios de actitud en la población mediante la comunicación audiovisual para el desarrollo.

La otra temática a trabajar es Niñez y Juventud donde muestran historias con rostros de jóvenes y niños en distintas realidades, creando herramientas de comunicación audiovisual para impulsar el reconocimiento de derechos y deberes.

En la actualidad los audiovisuales son utilizados como herramientas de comunicación, pero no se difunden en medios de comunicación tradicionales, ya que, estos están llenos de producciones internacionales, telenovelas y películas dejando poco espacio para producciones audiovisuales nacionales. La población



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

carece de contenidos audiovisuales, por lo tanto, no perciben estas temáticas como realidad social.

En su mayoría los que producen materiales audiovisuales en Nicaragua son ONG apoyadas por organismos de cooperación internacionales, por lo consiguiente, la producción es minoritaria y de poco alcance debido a recursos económicos y humanos que demanda el medio.

De igual forma el papel que juegan los medios de comunicación es irrelevante, no hay apoyo por parte de ellos. En Nicaragua los productos audiovisuales producidos en torno a estas temáticas es Sexto Sentido, Contra corriente y Loma Verde son teleseries producidas con apoyo de cooperación extranjera, sin embargo, el espacio de transmisión en los medios fue limitado.

A causa de esos obstáculos los recursos audiovisuales no son consumidos por todos los segmentos de la sociedad, por lo consiguiente, los Mass Medias incluyen otras producciones orientadas a entretener.

¿Cuál es la importancia de los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación para el abordaje de temáticas de Género, Derechos sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud?



Justificación:

La presente investigación se orientó en estudiar la importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo enfocados en temáticas Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, debido a que la comunicación cuenta con herramientas que causan gran impacto en la población, además, los cambios que están ocurriendo en la sociedad es indispensable el abordaje de esta temática, tomando en cuenta los nuevos paradigmas de comunicación.

Se investigó el grado de importancia de los audiovisuales para abordar temáticas sociales desde el ámbito comunicativo hasta el educativo, además, demostró que los audiovisuales poseen un gran poder para proyectar las realidades en la sociedad, para esta investigación se tomó como referencia a grandes teóricos de la Comunicación participativa y de cambio social en Latinoamérica.

Asimismo, se indagó sobre la metodología que utiliza Fundación Luciérnaga en la proyección de los audiovisuales como herramientas de comunicación para generar contenido.

Los motivos principales que llevaron a realizar esta investigación es porque las producciones audiovisuales son el medio más eficaz para abordar temáticas sociales e incidir en los cambios de actitudes y comportamientos en la población. Es importante destacar que Fundación Luciérnaga basa su labor en la implementación de la comunicación para el desarrollo, por lo tanto, ese fue el motivo por el cual se tomó como objeto de estudio de investigación a la Fundación.

Mediante esta investigación se obtuvieron datos y resultados relevantes de gran alcance para la comunicación. La investigación es de enfoque cualitativo, por ende, cada aspecto será analizado detalladamente para que sirva de referencia y antecedentes para otras investigaciones.



También esta investigación se realizó porque la carrera apunta a distintas áreas de la comunicación, por lo tanto, viene a reforzar con sus cosmovisiones y análisis de datos que enriquecen al perfil comunicativo.

De igual forma esta investigación marcará una tendencia por su naturaleza explotaría y abrirá nuevas líneas de investigación que aporte a la carrera de Comunicación para el Desarrollo. También permitirá analizar esta temática desde el punto de vista social y comunicacional.



Objetivos:

- ∞ Analizar la importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo enfocada en temáticas de Género, Derechos Sexuales y Reproductiva, Niñez y juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017.

Objetivos específicos:

- ∞ Describir los productos audiovisuales que utiliza Fundación Luciérnaga para generar impacto en temáticas de Género, Derechos sexuales y Reproductivos, Niñez y juventud.
- ∞ Identificar los canales de difusión de los productos audiovisuales que utiliza la Fundación Luciérnaga como herramientas de comunicación para el desarrollo.
- ∞ Demostrar el aporte que tienen los productos audiovisuales al campo de la comunicación para el desarrollo como herramientas para el abordaje de temáticas de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud.
- ∞ Elaborar un spot televisivo como herramienta de comunicación para abordar la temática sobre nuevas masculinidades



Marco Teórico

I. Paradigmas de la comunicación

Aspectos generales de la comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo nace en el siglo pasado para responder a necesidades que implicaban un cambio social, a nivel local con extensión a lo regional, es por ello que internacionalmente organizaciones no gubernamentales han adoptado este término en sus estrategias de intervención en las comunidades.

“Considera la comunicación para el desarrollo un elemento básico para llevar a cabo el mandato de libre circulación de las ideas. Esta agencia se centra en facilitar el entorno necesario de comunicación para el desarrollo mediante la creación y el fortalecimiento de capacidades de los medios” (UNESCO, 2011)

Uno de los retos de América Latina ha sido establecer modelos de comunicación asertiva como estrategias para llevar a cabo programas y proyectos sociales. Una comunicación para liderar y empoderar a los actores sociales desde sus comunidades en las diferentes dimensiones sociales, por ende, las tácticas están dirigida a los medios como herramientas de apoyo que concluyan en resultados beneficiosos.

De igual forma *“el énfasis de la capacitación en técnicas de comunicación en los agentes de cambios y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural de cada programa” (Gumucio, 2010)*. Es decir que la comunicación para el desarrollo va dirigida a través de procesos comunicacionales concretos que apuntan al cambio social promoviendo las culturas y formas de vidas locales por medio de técnicas y herramientas de comunicación asertiva y tecnológica.

El COSUDE (2014) en su guía práctica de comunicación para el desarrollo señala que la comunicación para el desarrollo es un campo estratégico que brinda herramientas, procesos y estrategias para alcanzar en su máxima expresión un cambio social que repercuta en diálogo horizontal, empoderamiento de la gente y participación local.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo es la forma más idónea para apuntar al cambio social desde y para las comunidades involucrando a sus actores sociales que incidan directamente en el progreso comunitario, la cual, se vale de herramientas comunicacionales y nuevas tecnologías para la correcta difusión de mensaje.

La nueva era tecnológica digital ha traído diferentes formas y herramientas de comunicación para facilitar la circulación de los mensajes, generando debate y participación ciudadana, por ejemplo: los medios tradicionales como: la televisión y la radio, y las prácticas artísticas: como exposiciones, ferias y teatro callejero se están reinventando cada vez más como un renacer global que anuncian nuevos procesos de cambios basados en la comunicación transformadora.

“Por lo tanto se sugiere que los medios de comunicación deben ser instrumentos para el pueblo” (Bordenave & Carvalho ,1976). Estos autores resaltan la importancia que tienen los medios de comunicación en los procesos de desarrollo, en el párrafo anterior se menciona un renacer global en cuanto a las formas de comunicar y las estrategias que se han implementados por diferentes organismos internacionales como la misma UNESCO, UNICEF, FAO, etc. que adoptan el lema de comunicación para el desarrollo en sus procesos de intervención comunitaria.

La comunicación para el desarrollo ha tenido muchas etapas ,en el transcurso de los años se han evidenciado muchas dificultades en la incorporación misma, las contradicciones por parte de los teóricos de la materia y su reafirmación a la misma vez, aunque los desencantamientos en esta teoría han sido muchos, todavía hay registros de experiencias renovadoras que salen a la luz bajo este lema de comunicación para el desarrollo, ejemplo claro de ello, son las experiencias latinoamericana de radios comunitarias, medios audiovisuales con enfoque social y la misma comunicación alternativa.

Beltrán (1993) menciona que durante casi 45 años Latinoamérica ha sido notablemente activa, sagaz y productiva en tratar de poner la comunicación al servicio del desarrollo, utilizando las herramientas que proporciona este campo



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

para llevar a cabo procesos de emancipación directos orientados a cambios de mentalidades, regidos por ideales de superación personal y comunitario.

La comunicación para el desarrollo pretende descentrar los esquemas que se han planteados por la misma sociedad, es decir, una nueva cosmovisión del desarrollo, basada en luchar por bien común a través de estrategias comunitarias de comunicación participativas, tanto la ONU como la UNESCO son organismos que trabajan fomentando este tipo de comunicación como estrategia efectiva en los programas que implementan en diferentes partes del mundo.

Además de ser una estrategia de comunicación asertiva es un tipo de filosofía de vida que refuerza la utopía con la que sueñan los grandes teóricos y eruditos de la comunicación a nivel mundial. La comunicación para el desarrollo no solo busca desarrollo económico, social, cultural y educación, también, se esfuerza en formar al individuo como protagonista de su propio mundo y prepararlo para afrontar y tomar las decisiones a nivel comunitario.

Este tipo de perspectiva lo reflejan los autores Servae & Malikhao (s,f) en su escrito de comunicación participativa; cataloga al desarrollo como principal motor para educar y estimular a la gente para que sea activa en los mejoramiento individuales y comunitarios, manteniendo siempre una ecología balanceada, un tipo de vida basada en adoptar modelos de participación y empoderamiento ciudadano sin ningún tipo de remuneración económica.

Si bien es cierto la comunicación para el desarrollo es una forma de involucrar a los individuos en un núcleo local o regional, con el objetivo de hacerlos parte de un nuevo tipo de desarrollo en comunidad, un desarrollo que implique tácticas innovadoras, de la mano con las herramientas de comunicación tradicionales pero mezcladas con lo alternativo y comunitario para democratizar la palabra de los actores y actoras sociales en las diferentes localidades de cada nación.

La comunicación para el desarrollo refleja la lucha de muchas personas que aportaron a nuevas formas de pensar y vivir, para lograr una sociedad más justa y equitativa donde cada integrante pueda convivir de la mano con los procesos de globalización. En la actualidad Comunicar para inducir al desarrollo recae en los



medios de comunicación y los procesos de involucramiento a nivel de barrio, municipio, comunidad o región.

A. Comunicación participativa

La Comunicación participativa es el nuevo modelo estudiado por los teóricos de la comunicación. Apunta a una forma de comunicación, haciendo mayor énfasis en el intercambio de significados que a los propios involucrados (emisor, receptor).

De alguna forma este nuevo paradigma viene a revolucionar la forma de comunicar *“la nueva visión favorece una multiplicidad de enfoques basados en el contexto y en las necesidades básicas, sentidas, y en el empoderamiento de los sectores más oprimidos de varias sociedades a niveles divergentes”* (Servaes & Malikhao, s,f) por lo tanto, se apuesta a un cambio social que englobe las diferentes perspectiva y enfoques que lleven al desarrollo local por medio de tácticas adecuadas.

“El desarrollo del modelo de comunicación participativa debe implementarse conjuntamente con toda una serie de otros procesos de emancipación social a nivel local, nacional e internacional” (Servaes & Malikhao s,f). Este tipo de modelo se refiere y toma con mucha importancia la realización plena de los sectores de la sociedad menos favorecidos, además porque adquiere una posición de necesidad humana e indispensable para sobrevivir.

La comunicación participativa viene a reformar los métodos y estrategias tratando de dar mayor protagonismo a las comunidades en los procesos locales de cualquier índole, asimismo, implica la implementación de tácticas comunicacionales, es decir surgen los medios comunitarios alternativos que desarrollan otro tipo de línea y que por supuesto no responde a intereses lucrativos.

“La comunicación participativa para el cambio social ve a la gente como el núcleo del desarrollo. Desarrollo significa elevar los espíritus de una comunidad local para que esté orgullosa de su propia cultura, intelecto y medio ambiente”



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

(Servaes & Malikhao, s,f) .Es decir, este tipo de comunicación ve en cada individuo un agente de cambio, que puede llevar a implementar procesos transformadores y que el mismo sector afectado puede tomar decisiones que contribuyan al desarrollo local, prepara al individuo como protagonista y empodera para que tome decisiones.

Los medios alternativos son utilizados en este tipo de Comunicación para poder generar contenido que no esté sometido a presiones sociales, políticas y económicas donde la comunicación sea cuestión de derechos y responsabilidades , que todos tengan derecho y deber de informarse para ser parte y protagonizar nuevas prácticas de Comunicación

La comunidad es quien participa y produce en los medios comunitarios para su respectiva formación, por lo tanto, son el medio propicio de expresión de las mismas comunidades, son la voz de las necesidades y el vehículo perfecto para ser escuchados. Los medios comunitarios juegan un papel importante cuando se toman decisiones en las localidades.

El proceso participativo nace de la inquietudes y problemáticas de la misma comunidad *“Las preguntas y las respuestas sobre las iniciativas de comunicación deben ser elaboradas con la comunidad”* (Gumucio, 2010) para este autor la importancia de la misma comunidad debe ser lo esencial para poder obtener resultados beneficiosos, la comunicación participativa parte de un interés ciudadano basado en las preocupaciones cotidianas de cada localidad.

Cada miembro de la comunidad debe ser protagonista y eje central de su propio proceso de cambio social, el punto de partida es el reconocimiento de las habilidades y la asignación de roles para ejecutar las tácticas adecuadas, donde se tome en cuenta a los diferentes sectores de la sociedad.

Para Gumucio (2010) Los principales componentes que caracterizan y resaltan a la comunicación participativa se relacionan con su capacidad de involucrar a los sujetos humanos del cambio social en el proceso de comunicar e incentivar y vivir en comunión. La comunicación participativa es la principal gestora en las iniciativas de transformación inclusiva.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

A nivel mundial la comunicación es vista como una potencia comercial, hasta cierto punto es verdad, aunque su misión no es esa, la lucha por la ética y el profesionalismo en la comunicación tiende a señalar y etiquetar a la misma comunicación como un aspecto insignificante en los procesos de cambio social, la comunicación participa deja de lado estos pensamientos y esquemas, para convertir a la comunicación como algo indispensable si se quiere llegar a consensos comunitarios y buscar soluciones.

Servaes& Malikhao (s,f) afirman que la comunicación participativa requiere no solo implementación de buenas tácticas de comunicación, antes que todo, pone énfasis en los cambios en la manera de pensar de los “comunicadores”, que sean personas dispuestas y abiertas a la comunicación popular a formar parte de los cambios y convivir desde las comunidades con las problemáticas sociales, hombres y mujeres con ideologías y creencias férreas en la filosofía de un mundo mejor desde la comunicación asertiva.

Aunque la comunicación participativa es la calve para agendar problemáticas obviadas en la sociedad, es muy difícil integrarla en los Mass Medias, ya que, estos obedecen a ideologías políticas o empresariales, es por ello, que la comunicación participativa ha sido adoptada por programas y proyectos ejecutados por los mismos medios alternativos de comunicación y por supuestos las ONGs que trabajan con esa línea.

Por otro lado, Bordenave& Carvalho (1976) afirman que la práctica de la comunicación debe beneficiar a la población en el descubrimiento de nuevos medios de integración social, herramientas, técnicas y métodos que lleven a cambios significativos para alcanzar el desarrollo comunitario.

Estos autores refieren a las herramientas de comunicación efectivas como la radio, televisión y prensa enfocados en la promoción de políticas públicas que incorpore a la ciudadanía como tomadores de decisiones, pero no solo los tradicionales cuentan, también, los alternativos como los mismos teatros callejeros y otras formas de mantener la comunicación como vehículo de información confiables y motivadora.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

La comunicación participativa se centra en los procesos locales y no trasciende a lo regional por su propósito filantrópico, a causa de ello no se puede tomar como un camino de gran alcance, al contrario su fuerte es la participación ciudadana en las decisiones en las comunidades, las comunidades son quienes se benefician al ser núcleos referentes y lugares idóneos para implementar este modelo de comunicación.

Es válido mencionar que la eficacia y efectividad de este nuevo paradigma de comunicación debe estar sujeto a las bases y conceptos de participación, por su parte, Servaes y Malikhao reafirman que la “Participación” implica un nivel más elevado de involucramiento público en los sistemas de comunicación, en las políticas públicas y los procesos de transformación social, que reavivan las ganas de empoderar a las personas.

a) Comunicación para el Cambio Social

“Un proceso de diálogo, privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo”(Beltrán, 2005). Este tipo de comunicación se centra en un mecanismo de diálogo directo y horizontal con los protagonistas en este caso la población afectada. La comunicación para el cambio social se dirige al cambio de actitudes y comportamientos culturales hacia un grupo específico.

La comunicación para el cambio social es la forma de llegar a las comunidades sin necesidad de irrumpir en sus valores colectivos, al contrario esta comunicación recoge las opiniones y las refleja en el consenso colectivo.

“Lo que en cada caso se debe preguntar es qué y a quién se comunica y cuánto falta por comunicar” (Bordenave&Carvalho, 1976). Esta cita hace énfasis en la importancia de emitir los mensajes y el impacto de los mismos. Lo que lleva a los canales de comunicación asertivos y el estudio previo de los receptores, en este caso se refleja la cobertura total y la inclusión de todos y cada uno de las personas afectadas o involucradas.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Es una forma de integrar a cada uno de los individuos que forma parte de los grupos sociales, para llegar a un cambio positivo y transformador que contribuya a prácticas para ser reproducidas, y que sirvan de modelo ante otras sociedades.

“Encaminar la conciencia, actitudes y conductas del público hacia a un final socialmente deseable” (Singhal&Rogers, 1999). Sin duda alguna, cuando se habla de comunicación para el cambio social se quiere llegar a un bien común, una estabilidad en conjunto que está de acuerdo con los intereses compartidos, que lo individual se desliga totalmente para formar la conciencia colectiva que lleva a un bienestar buscado.

La comunicación para el cambio social se alimenta de la corriente de comunicación transformadora desde los diferentes sectores de la sociedad y por supuesto el desarrollo comunitario, que tiene la utopía de una sociedad reivindicada, una sociedad más liberadora y equitativa, que lucha por causas verdaderamente justas. Autores como Gumucio define a la comunicación para el cambio social como la construcción de una sociedad forjada de luchas e ideales comunes que se cumplen cuando se trabaja de hombro a hombro para lograr cambios deseados y equilibrio colectivo.

Hablar de cambio social no solo implica un desligamiento individual, también es el sentir de un pueblo, una nación o comunidad desde la propia vida misma.

“Una estrategia de comunicación integral que combina los medios con la comunicación grupal e interpersonal y lo nacional con lo local” (Rodríguez ,2004). En esta cita la autora reafirma lo que se planteaba anteriormente, que los cambios deben originarse o surgir del individuo para que pueda trascender a lo grupal, y que cada cambio debe obedecer a ideales compartidos, sin ningún tipo de ambición económica.

Por lo consiguiente, se plantea a la comunicación para el cambio social como una estrategia de involucramiento comunitario que pueden adoptar diversos organismos sin ánimo de lucro que trabajan con temáticas sociales, que se amerita su abordaje correcto. A nivel nacional existen organizaciones que creen y ejecutan programa y proyectos bajo el paradigma de comunicación para el cambio



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

social, una de ellas es Puntos de Encuentros, organización feminista en Nicaragua.

De igual forma Rodríguez (2004), visiona a la comunicación para el cambio social como una salida perfecta para contrarrestar desigualdades sociales, e inducir nuevas prácticas que contribuyan a generar debates en la agenda pública.

La comunicación para el cambio social es una iniciativa de varios autores Latinoamericanos especialistas en este tipo de abordaje, uno de los que sobresale es Alfonso Gumucio, especialista en comunicación para el Desarrollo en lugares como en África, Asia, América latina y el Caribe, en su obra “comunicación para la salud :el reto de la participación” propone que *“no es transformar conductas sino cambiar las normas culturales ;su aproximación al cambio social es más colectivo que individual”*(Gumucio, 2001).

Más que un cambio colectivo, es un cambio interior que cada individuo debe gestionar para después llevarlo a la realidad, a pesar que este paradigma apunta grandes fortalezas en el campo de la comunicación, es muy débil aun su alcance al igual que la comunicación participativa, sus experiencias todavía no convencen a las grandes potencias comerciales que dirigen los medios masivos de comunicación.

El cambio social surgirá cuando los sectores de la sociedad misma sean reivindicados y colocados en primer lugar para ser abordados, uno de las principales debilidades en países en desarrollo es la falta de correcta difusión de los mensajes sociales, muchas veces se tergiversan y no reflejan la realidad, temáticas como Género, Derechos sexuales, Niñez y la misma participación ciudadana son excluidos de toda agenda pública es por eso que no se percibe como realidad, sin embargo, la comunicación para el cambio social visibiliza y enfatiza estas temáticas como elementos primordiales para cambiar la cosmovisión industrial y comercial de la comunicación.

b) Medios alternativos participativos



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

En la actualidad la comunicación funciona como una fuente para generar dinero o para algún tipo comercial, en esta era digitalizada la única salida que hay para no caer en la industria desmedida son los medios alternativos de comunicación, los cuales son creados por los interesados para su propia expresión.

Los medios alternativos de comunicación es una forma de expresar el sentir de muchos sectores de la sociedad que son reprimidos e invisibilizados, son estos mismos quienes han creado espacios de expresión.

Los medios alternativos de comunicación se han vuelto tan pocos que solo se cuenta con las radios alternativas o comunitarias, y las plataformas digitales donde se puede hacer comunicación de una forma rústica y con pocas herramientas, sin embargo, las radios en líneas se han puesto muy de moda las personas y jóvenes están apostando por esta innovadora forma.

“Es menester que el mensaje se difunda, se socialice, sea compartido” (Kaplún, 2001) es decir, a través de la comunicación asertiva el mensaje causa el impacto que el emisor desea, en esta situación los medios alternativos apuestan por una comprensión y diálogo compartido entre los involucrados, para que cada quien se sienta parte de la solución.

Los medios alternativos de participación dan una visión más allá de la solución de las necesidades, también hace parte y protagonista a la población, por medio de sus tácticas y estrategias comunicacionales efectivas, la comunicación alternativa destaca la participación de los medios que buscan soluciones y espacios para dar voces a los oprimidos, o simplemente cumplir con una función social y de cambio colectivo.

“La forma más desarrollada de participación es la auto-gestión” (Servae&Malikao, s,f) esta cita refiere claramente a la capacidad del individuo en descubrirse en cuanto a sus habilidades para ser agentes de cambio, la autogestión lleva a utilizar medios de comunicación alternativos para buscar una salida a lo bancario y vertical que siempre se ha enseñado.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Los medios alternativos de participación han evolucionado al pasar los años, sin embargo, las radios comunitarias han sido por excelencia las más destacadas, debido a sus grandes alcances e impacto, su inmediatez y accesibilidad y otras características que poseen.

Las radios comunitarias tienen por objetivo ser voces de cambio y participación libre desligados de cualquier tipo de ideología, cabe destacar, que las radios comunitarias se rigen por el involucramiento de la ciudadanía y la población es quien decide su programación y estructuración, además, de su protagonismo directo en la producción y difusión.

Este tipo de medio alternativo migrado al internet por lo accesible en cuanto a lo económico, sin embargo, mantenerla activa y con programación sigue siendo un desafío, porque siempre existe la interrogante de que si hay público o no.

II. Comunicación Audiovisual

La comunicación audiovisual es una forma de informar y representar la realidad, con la ayuda de matices sonoros e imágenes trabajadas, por lo tanto, el mensaje llega con mayor eficacia al público *“la imagen tiene un papel más emotivo que racional, nos hace reír, llorar, nos cae simpático tal o cual personaje, nos interesa sus ideas, sus sentimientos”* (Corominas, 1994). El audiovisual es la herramienta idónea para transmitir emociones y sentimientos.

Para Cebrián (1983) los audiovisuales son un sistema integrador de todas las realidades tanto visuales como auditivas independientes, yuxtapuesta o fundidas, captable por las cámaras y micrófonos para producir una significación unitaria y coherente, los audiovisuales se componen de lo real y a veces de lo ficticios y utiliza lo sensorial en las personas, para proyectar una situación donde el público se sienta identificado con la ayuda del sonido y la imagen.

“La comunicación audiovisual masiva significa una comunicación de gran dimensión, de súper dimensión” (Corominas, 1994), es decir el alcance que puede tener este tipo de comunicación es mayor que cualquier otra forma de



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

comunicación, el público se siente identificado y reacciona ante cualquier acontecimiento representado sea real o utópica, cuanto más masivo llegue ser un producto audiovisual mayor será el impacto y reacciones provocadas.

Lo audiovisual nace a partir de la unión de lo auditivo y lo visual, para muchos autores los producto audiovisuales son el medio para transmitir mensajes utilizando signos y significados reconocibles. *“Aquellos medios mecánicos o electrónicos de registro, reproducción y difusión separados o conjuntamente para representar conocimientos facilitar su adquisición y eventualmente reproducir o modificar determinados comportamientos”* (Gutiérrez, 1979). El concepto de audiovisual está sujeto al significado que se le da y el tipo de cambio y comportamiento que se pretenda modificar o cambiar.

La comunicación audiovisual encierra un mensaje más didáctico e interactivo de asimilar *“lo audiovisual como sistema semiótico es el vehículo de la información”* (Cebrián, 1983) para transmitir mensajes y generar información se requiere de contenido más fácil de entender y asimilar para el receptor, los audiovisuales encierran esos elementos que hacen más atractiva la información.

Lo audiovisual no solo es un producto que es innovador y dinámico para la audiencia, al contrario es una herramienta útil cuando se trabaja con perspectivas de cambio social, cuando se abordan temáticas de concientización debe investigarse cuál es la mejor forma para causar impacto.

“La imagen permite a quienes la perciben un viaje inmediato a través del espacio tiempo al encuentro de lugares, momentos y personas vinculados emocionalmente con el espectador” (Betancur y Herrera s,f), es un atributo que poseen los audiovisuales que se componen por miles de imágenes diferentes ,que evocan emociones ante situaciones latentes.

“una imagen vale más que mil palabras” es un dicho popular que recalca la importancia de los audiovisuales como herramientas para lograr cambios sociales positivos, sin duda alguna, la comunicación audiovisual es un área amplia de la comunicación que tienen como ejes las imágenes como medios de información directa.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Los productos audiovisuales van desde una cuña radial hasta documentales o tele series que contienen mensajes claros y concretos dirigidos a un público dispuesto a reaccionar en dependencia de lo interpretado por el individuo o el colectivo. La comunicación audiovisual se vale de los sistemas de difusión, el producto en sí, y la serie de signos que intervienen.

El documental por ejemplo *“es un género producido comúnmente para medios audiovisuales su valor puede variar entre lo científico, histórico, educacional e informativo”* (Aragón & Castillo ,2010) el documental es la forma ideal para representar la realidad, para transmitir emociones y sentimientos, su composición es casi perfecto porque combina la realidad con la ficción.

Los documentales son productos audiovisuales con gran contenido de mensajes sociales, que influyen en las personas y más cuando tratan de temáticas donde el público se siente identificado. El documental es utilizado por muchos organismos como apoyo en sus tácticas y herramientas para generar impacto positivo.

Gumucio (2001) percibe el poder e impacto de la imagen en la comunicación y es cada vez más extenso y persuasivo. Las imágenes son sinónimo de verdad, de realidades sociales que son representadas de manera elocuente y verídica, Los contenidos visuales tienen un gran poder de convocatoria, motivación, identificación y reflejo de situaciones cotidianas, debido a ese aspecto la producción y difusión de contenidos audiovisuales son más eficaces para transmitir mensajes.

La comunicación audiovisual goza de muchos beneficios y reconocimiento uno de ellos es la confianza y el nivel de credibilidad ,las audiencias depositan su confianza y creen lo que ven, sin embargo, su inversión y difusión es elevado; quienes utilizan este tipo de comunicación en gran forma son las industrias comerciales para persuadir a sus potenciales consumidores.

Aunque la comunicación audiovisual ya sea designada como comunicación meramente comercial, los nuevos modelos de comunicación que han nacido tratan de llevar lo audiovisual como herramienta de apoyo en la creación de conciencia social.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

De esta forma lo plantea este autor *“El video se desarrolló como una herramienta de comunicación distinta, con sus propias ventajas comparativas sobre la televisión. Los usos del video en proyectos de desarrollo social evidencian mucha creatividad y capacidad de adaptación a contextos sociales y culturales cambiantes”* (Gumucio, 2001) más que adaptación es aprovechar los medios que proporciona los procesos tecnológicos globales que benefician si se utilizan de manera adecuada, una vez se desarrollan estas técnicas, es muy difícil no llegar a un tipo de cambio tanto personal como colectivo, este autor aún cree que las herramientas surgen como resultados de avances sociales y que el rol de la sociedad debe ser el aprovechamiento de los mismos en un contexto dado, con objetivos fijos.

A. Edu-Comunicación

“Los medios audiovisuales, en la educación tradicional, se usan solamente como refuerzos para la transmisión de los contenidos” (Kaplún, 2002) en esta cita el autor hace énfasis en la utilización de los medios audiovisuales como complemento en la educación, como herramientas alternativas que se emplean pero no de forma indispensable, asimismo, resalta que sus canales de difusión aún siguen siendo los medios de comunicación tradicionales.

La comunicación educativa tiene como principal objetivo originar cambios en los receptores, es así su naturaleza por el grado de persuasión que tiene este tipo de comunicación. La Edu comunicación mide su impacto en el llamado “feedback” la retroalimentación que hay en los procesos comunicativos y el alcance, si bien es cierto, la comunicación educativa apunta a los cambio de actitudes tomando como referencia el tipo de mensaje y deja atrás al tipo de comunicación bancaria.

La Edu comunicación apuesta a una participación inclusiva en los procesos de aprendizaje, en donde el receptor no sea pasivo y reaccione ante la metodología implementada, donde haya una riqueza de conocimiento por parte del emisor y el receptor *“actualmente en nuestra comunicación educativa vemos utilizar cada vez más y con mayor entusiasmo las películas los videos, etcétera”* (Kaplún, 2002) por



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

lo tanto, la forma de aprender se está siendo más interactiva y didáctica haciendo uso de materiales audiovisuales orientados a contribuir a la metodología de educación.

Es importante destacar que la Edu comunicación es un modelo plasmado desde el involucramiento directo del receptor pasando a ser más dueño de su aprendizaje y reaccionando tal cual le parezca *“debe ser algo capaz de mover al individuo para que adopte una nueva conducta; esto es, de provocar un efecto y producir un resultado”* (Kaplún, 2002), no obstante, la Edu comunicación hace alusión a cambios significativos en los individuos en su forma de vida. La influencia que genera este tipo de comunicación tiene mucho que ver con las herramientas que se usan, sin embargo, el impacto está en la forma como se transmite el mensaje, para el autor Kaplún el comunicador no es solamente un mensajero, es un constructor y diseñador de comportamientos que juega un papel fundamental al momento de formar opiniones.

“Es también en ese sentido que este modelo de educación habla de «cambio de actitudes», entendido como la sustitución de hábitos tradicionales por otros favorables a las nuevas prácticas” (Kaplún, 2002). Las técnicas educativas desde la comunicación son la fórmula perfecta para alcanzar cambios y la adopción de nuevas prácticas en los individuos. Un ejemplo claro, es la ejecución de campañas comunicativas sociales que tiene como finalidad influir en el estilo de vida de muchas personas para crear nuevos hábitos, y en cierta forma la construcción de una perspectiva más transformadora, alternativa y equilibrada.

A raíz de la proliferación del cine se utiliza la técnica de los cines foros para mejorar el alcance de los formatos cinematográficos con el fin de que se entienda mejor el mensaje *“el cine foro es una herramienta metodológica que facilita y enriquece el diálogo entre el espectador y la obra audiovisual”* (Ministerio de Cultura de Colombia, 2006). Esta herramienta es útil para propiciar el sentido crítico de los mensajes e inducir a la toma de conciencia sobre algunas escenas que resultan familiares al espectador.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Es una manera fácil de promoverlos con fines pedagógicos, normalmente los cines foros se hacen con grupos de estudiantes, jóvenes y adultos para facilitarlos se utilizan guías metodológicas que cumplen con el objetivo del evento.

Tal como lo menciona el especialista en Edu comunicación *“las tecnologías digitales y las redes sociales han hecho visibles las prácticas comunicativas que imperan en la educación: transmisoras y reproductoras donde las aulas actúan como si se tratara de un medio de comunicación masivo, un emisor y decenas o cientos de receptores”* (Aparicio ,2011). Esta conexión permite la actividad participativa de manera individual o colectiva, además que son consumidas masivamente lo cual ayuda a la propagación de mensajes y si es necesario al cambio de actitudes.

Es de suma importancia mencionar que Roberto Aparicio toma en cuenta principios fundamentales de la web 2.0 ya que existe mayor interacción en el ciber espacio pero a su vez critica a la educación por seguir acarreando modelos pedagógicos que por el carácter tecnológico de la sociedad ya no deberían seguir usándose, *“La educomunicación planteaba, hace más de 40 años, cuestiones que han tomado una renovada actualidad en los últimos tiempos a partir del desarrollo de la Web 2.0 que ha extendido los conceptos de comunicación democrática, participación, colaboración o empoderamiento”* (2011) . Si bien es cierto los avances tecnológicos y las redes digitales han facilitado los métodos de enseñanza para fomentar la autogestión, la participación y la comunicación estos seguirán transformándose a medida que fluyan más avances tecnológicos.

A pesar que el término de la Edu comunicación ha tomado mayor relevancia aún sigue siendo parte de los medios masivos de comunicación su distribución, es decir, quienes se encargan de difundir son los medios regidos de políticas editoriales que llevan a la negación del propósito de la Edu comunicación.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

“Los medios no han sido educativos, no lo son y no lo serán mientras no se modifiquen las relaciones estructurales de tenencia y posesión de los mismos” (Gutiérrez, 1981) para este autor la debilidad y limitación de los medios está en la forma de dirigir, aunque se implemente las mejores estrategias de Educación comunicación no habrá modificaciones si quienes dominan la opinión pública tienden a sacar provecho de situaciones distintas a los ideales de educar a través de la comunicación.

B. Edu Entretenimiento

El Edu entretenimiento es una estrategia que está siendo abordada desde el punto de vista didáctico, es decir, la utilización de tácticas, métodos y herramientas de comunicación en formatos multimedia que son destinados a entretener y educar, pero por su condición de cambio toma un nuevo giro.

El Edu entretenimiento propone a los formatos multimedia como una herramienta indispensable, debido a que responde a un cambio individual, y combina entretenimiento con comunicación para generar transformación social. Es una forma de llegar a los públicos metas que se consideran los más exigentes en la actualidad, de hecho, entretener y educar a la misma vez es más bien un reto para la sociedad tradicional, y que por cierto la posmodernidad lo está adaptando muy bien a la cotidianidad.

Hoy en día es más efectivo ver un video en YouTube que leer una teoría, debido al gran mundo de sonidos, colores que engloba lo multimedia, además de educar y enseñar al usuario sin saberlo estimula sus sentidos.

“Este tipo de estrategia se basa en la emisión por televisión de series, telenovelas y otros formatos narrativos que cuentan con un elenco de personajes cuyos comportamientos y actitudes pueden servir de modelo para los espectadores” (Igartua&Vega s,f) y más aún cuando este tipo de productos audiovisuales están destinados a la prevención de problemáticas sociales por ejemplo el embarazo a temprana edad, la violencia de Género o



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

jóvenes en riesgo. El efecto de estos formatos está más bien inclinado en el proceso de identificación del público con el protagonista, de esta forma se genera el impacto de cambio de actitud o la duda.

Un aspecto importante a tomar en cuenta en el Edu Entretenimiento es la elaboración de los diálogos deberían desarrollarse con máxima cautela, dado que se trata de favorecer o fomentar la identificación pero también los argumentos utilizados, cada palabra que se diga en los productos audiovisuales se diseñan con un propósito determinado, en este punto hay que resaltar el rol de los guionistas y creadores de historias.

Para autores como Gumucio (2001) el video se convirtió en una herramienta ideal para favorecer el diálogo entre la comunidad y el personal técnico, un medio para facilitar el intercambio de conocimientos horizontalmente, y por supuesto influye en los estilos de vida.

El Edu Entretenimiento es una forma de persuasión e inclusión que toma en cuenta a los medios masivos de comunicación como la radio y televisión para educar sobre determinada temática, y de esta forma crear impacto en la audiencia en la transformación de actitudes y prácticas.

El Edu Entretenimiento está presente bajo los formatos de documentales, teleseries telenovela, con enfoques educativos de prevención inclinados a crear conciencia, es decir, *“combina el entretenimiento con la comunicación de manera integrada”* (Igartua&Vega,s.f) y de esta forma utilizar las herramientas que brinda la comunicación para hacer más efectivo el mensaje educativo, es una forma de hacer atractiva a la educación.

Los mensajes de persuasión tradicionales presentan un claro objetivo educativo actitudinal; mientras aquellos formatos narrativos se presentan como entretenimiento y se diseñan para provocar diversión, la diferencia entre el Edu

Entretenimiento y la manera tradicional de entretener radica en los temas y objetivos por el cual se produce el materia audiovisual, entretener es muy simple,



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

pero transmitir mensajes educativos a través del entretenimiento es más complicado y cuidadoso.

“La televisión crea en el espectador la sensación de una realidad falsa que se contra poner a la realidad cotidiana” (Gutiérrez, 1981) es decir la televisión crea situaciones superfluas que no tienen nada que ver a la realidad, no hay mensaje social, ni educativo su misión es aumentar los reiting con contenido audiovisual ficticio lleno de morbo, violencia y sexo, este autor plantea muy convincente la función de la televisión como generador de audiencia pasiva.

A pesar que la televisión transmite contenido audiovisual su fin no es educar, nunca lo ha sido, nació para entretener sin importar que la comunicación también pueda propiciar procesos educativos desde sus diferentes perfiles.

El Edu Entretenimiento es una forma para llegar a las audiencias que cada vez son más exigentes, la llamada era de los Millenials está cada vez más presente, los adolescentes buscan las formas de ser autodidactas, pocos requieren la asesoría de docentes para aprender, el mismo proceso se volvió más simple con las nuevas tecnologías. Sin duda alguna, todos estos cambios son importantes y positivos, por eso la educación y la misma comunicación debe acoplarse a estos modelos de participación y de protagonismo.

La comunicación y los formatos de educación entretenimiento provocan efectos actitudinales, es decir, surge la identificación con los personajes. El receptor mira esa realidad y la compara con su mundo, al mismo tiempo se da cuenta que son similares y comienza a reflexionar y cuestionar si las decisiones que sean tomado son las correctas, empieza el proceso de comparación que lleva aun aprendizaje más natural de experiencias compartidas desde la cotidianidad.

El video incorporado en los procesos de cambio social y de desarrollo se ha desmarcado claramente de la televisión comercial, es tan importante utilizar el video con fines educativos para formar individuos capaces de enfrentar situaciones apegadas a la realidades de su barrio o comunidad; la formación cultural y en base a valores son los aspectos que determinan la vida de los seres humanos.



III .Género, Derechos Sexuales y Reproductivos

A. Construcción de Género

Hablar de Género en pleno siglo XXI sigue siendo un reto, ya que los estereotipos y roles que impone la sociedad influye en la definición de los distintos términos, por ejemplo el glosario de términos sobre género (sf), define al género como: “conjunto de características que social y culturalmente se le asignan a personas de acuerdo a su sexo” lo cual trae a colación que existen diferencias y desigualdades entre varones y mujeres , es interesante que en nuestra sociedad moderna en muchas ocasiones existen discriminaciones e irregularidades en tanto ser hombre o mujer.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) (sf) explica que: “genero de refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiado para los hombres y las mujeres” cabe destacar que el género es solamente una construcción social

Estos conceptos recopilan información que se ha venido manejando desde los principios de esta categoría, no es más que una construcción social compartida por diversos sectores sociales y corresponden a principios morales y éticos de su propia cultura.

B. Construcción social de masculinidad y feminidad

La masculinidad y feminidad son construcciones sociales con distintos factores que influyen en la categorización de dicho término.

Para la condición de género femenino *el glosario de términos sobre género* (s,f) menciona que son los atributos que caracterizan a una mujer que las hacen esencialmente femeninas y responden a conceptos que histórica y culturalmente se ha venido arrastrando.

Para algunas personas considerarse mujeres es vestirse femeninamente, maquillarse, llevar el cabello largo, social y culturalmente a las mujeres se les



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

manda a pertenecer en la casa a criar a sus hijos y hacer labores domésticas *“las mujeres al estar a cargo de la crianza dentro de la comunidad juegan un papel de estabilidad social y continuidad intergeneracional que reproduce las pautas culturales tradicionales”* (Carrasco ,2015)

La cartilla popular de Género dice que “Las mujeres son sujeto social, político, económico; no deben ser objeto sexual, publicitario, no son una mercancía del mercado, las mujeres son humanidad” (2010), la participación de las mujeres es vital para un buen desarrollo de las familias que se forman gracias a la participación de ellas.

La condición de género masculino alude a que los hombres también tienen características que cultural y socialmente los definen con la excepción de que a los varones se le atribuye mayor rol en la jerarquía social.

“La masculinidad es el resultado de los procesos de construcción diferencial de los seres humanos en tipo femenino y masculino, construcción que favorece a un proceso histórico social basado en la atribución de cualidades y funciones a los seres humanos “(CANTERA, 2007)

Existen elementos como la forma de vestir, participar en deportes rudos, hábitos sociales como beber alcohol o fumar , no son más que modelos que predominan socio-culturalmente alusivos a lo masculina , la sociedad busca impregnarlos de manera general en todos los sentidos , sin embargo estudios indican que la construcción social del género puede ser transformable.

Para Carrasco las masculinidades configuran y norman actitudes y comportamientos de los hombres, sus expresiones más concretas son el machismo, la misoginia, la violencia contra las mujeres y la homofobia.

C. Equidad de Género



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Somos de raza diferente de acuerdo al entorno y al clima donde vivimos, no por eso debemos diferenciarnos ni por raza ni por sexo, se debe otorgar igual valoración y goce real de los derechos para eliminar así las discriminaciones, ya que nacemos libres y debemos permanecer en tal condición,

El informe sobre avances de Nicaragua en la promoción de la igualdad de género y la autonomía de la mujer (2010), define equidad de género como: “el reconocimiento o la aceptación de las diferencias rechazando las desigualdades, propiciando la distribución equilibrada del poder, las oportunidades y los beneficios sociales, inclusive preferenciales a las personas, sectores o comunidades afectadas negativamente”

A lo largo de la historia las mujeres han estado sometidas al control de los hombres, las labores domésticas de dominio también se traducen en maltrato entre la mujer y la violencia psicológica, esto yace desde la familia, la educación y el trabajo, la igualdad de género es un gran valor que está dentro de los tratados de derechos humanos.

Muchas veces instituciones sociales y medios de comunicación refuerzan estereotipos, con mandatos y patrones asociados con el proceso de socialización haciendo que los hombres lo acepten como privilegios que reciben por parte de la sociedad dejando a un lado la equidad de género.

“Los estereotipos son ideas, prejuicios, creencias y opiniones preconcebidas, impuestas por un medio social o la cultura que se aplica de forma general a toda persona perteneciente a la categoría a la que hace referencia” (Fundación Luciérnaga, s,f)

Se debe hacer mayor énfasis en políticas públicas que dispongan recursos para trabajar temáticas relacionadas a la igualdad de Género propiciando así la participación equitativa e igualitaria.

Según el Centro de Comunicación y Educación Popular CANTERA Nicaragua “Desde 1990 en Nicaragua Surgieron inquietudes en algunas ONG y grupos de hombres y mujeres a acerca de la necesidad de transformar estereotipos



masculinos prevalecientes en el país, los que se consideraban reforzados en sentido negativo tras una década de guerra civil [...] surgía una necesidad de crear una cultura de paz y de no violencia”

D. Violencia de Género

Hay muchas maneras de denominar el término violencia, puede ser machista o intrafamiliar, trabajaremos con violencia de género ya que existen razones de poder, de desprecio y abuso hacia los diversos cuerpos.

“La violencia es una herencia que se transmite de una generación a otra, es un comportamiento socialmente aprendido” (Carrasco, 2016), ya que, las personas reproducen lo que ven y sin importar si es bueno o malo lo hacen.

La violencia de género no mira estatus sociales esta en todos los sectores y discrimina a todos por igual, para los varones ser hombres significa que tienen que ser fuertes, no expresar sus sentimientos y tomar la iniciativa en todo, la violencia inicia a temprana edad con lo que los padres enseñan a los niños a no llorar a mandar en el juego y a las niñas a quedarse calladas y a pertenecer siempre en casa.

“En América Latina y el Caribe se han levantado voces que reclaman para las mujeres derechos específicamente contextualizados. De este modo, se demanda el derecho a ser agentes y beneficiarias del desarrollo” (CEPAL, 1996). Para las mujeres es vital que se trabaje por la lucha de los derechos para que puedan desarrollar un ambiente sano y libre de violencia sin que ellas sean de objetos de abuso corporal o psicológico.

E. Derechos sexuales y reproductivos



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

La sexualidad libre y reproducción responsable hace que tomemos en cuenta los derechos sexuales y reproductivos, ya que en Nicaragua es necesario educar sobre sexualidad, las cifras revelan que nuestro país está dentro de los primeros lugares de embarazos en adolescentes y cada año la cifra de personas con ITS aumenta significativamente, como sociedad debemos enseñar sobre el tema y velar por el acceso a los servicios de salud sexual y reproductiva

“La sexualidad forma parte del desarrollo integral de la persona por lo tanto un salud sexual plena implica disfrutar el propio cuerpo libre de prejuicios, decidir en qué momento y con quien tener relaciones sexuales [...] La salud sexual se refiere a tener una vida libre de todo tipo de violencia y abusos” (Fundación Luciérnaga, s.f). En Nicaragua se vive machismo, violencia hacia las mujeres, abusos sexuales de menores, discriminación de género y las cifras de feminicidios aumentan cada mes, es de suma importancia tomar en cuenta cada uno de los factores que se mezclan que van desde la formación en el hogar, los círculos de amigos, las influencias religiosas y el conocimiento sobre sexualidad que congruentemente influyen en buenas o malas prácticas del ejercicio de la sexualidad.

“Los derechos sexuales y reproductivos son derechos humanos internacionalmente reconocidos que garantizan el desarrollo sano seguro y satisfactorio de la vida y están basados en la dignidad humana y en la libertad” (CANTERA, 2012)

Según la colección audiovisual sobre derechos sexuales y reproductivos *Realidades en Escena* menciona los siguientes derechos sexuales y reproductivos:

Derecho a la libertad sexual

Derecho a la autonomía sexual

Derecho a la equidad sexual

Derecho a la Educación sexual y reproductiva

Derecho al cuidado de la salud sexual



Derecho a la libertad, seguridad e integridad personal

Derecho al matrimonio y tener hijos

Derecho a la información adecuada y oportuna.

El estado y la sociedad deben permitir el cumplimiento de estos derechos y que no sean violentados ya que el incumplimiento tiene reacciones adversas al comportamiento de la sociedad, tener vida sexual segura significa estar en un correcto bienestar físico, mental y social.

IV. Niñez y juventud

A. Código de la niñez y adolescencia

La población de Nicaragua alcanzó los 6.07 millones de personas en el 2012, según estimaciones del (INIDE) de los cuales el 39.5 por ciento son menores de 18 años, Nicaragua está dentro de la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de los niños y niñas, por esta razón en nuestro país está el código de la niñez y adolescencia este documento jurídico permite la valorización y protección de los niños y niñas nicaragüenses , es deber de la nación proteger a los niños de maltrato y abuso infantil, principalmente porque ellos gozan de los derechos con los que adquieren desde que nacen .

“Art No 4: toda niña , niño y adolescente nace y crece libre e igual en dignidad, por lo cual goza de todos sus derechos y garantías universales inherente a la persona humana y en especial de los establecidos en la constitución política, el presente código y la convención sobre los derechos del niño , sin distinción alguna de raza, color, sexo, edad, idioma , religión , opinión política, origen nacional o social, posición económica, situación física o psíquica o cualquier otra condición , en relación a sus madres padres o tutores”

Se entiende por Niño o Niña desde 0 años hasta los 12 cumplidos para entrar a la etapa de adolescencia de 13 y 18 años.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Tanto el código de la niñez y adolescencia como la convención de los derechos del niño y la niña reconocen la participación de ellos en procesos de formación y desarrollo tanto social como culturalmente.

En Nicaragua la población joven debe incorporarse a todas las actividades socialmente productivas del país, por tal razón se deben elevar las oportunidades en cuanto a educación, salud y acceso laboral, por ello, se creó la Ley No 392 aprobada el 09 de mayo del 2001, cuyo objetivo “es promover el desarrollo humano de hombres y mujeres jóvenes; garantizar el ejercicio de sus derechos y obligaciones; establecer políticas institucionales y movilizar recursos del estado y de la sociedad civil para la juventud”.

La ley toma como principios la integralidad, eficiencia, equidad, no discriminación y autodeterminación con el fin de que se respete la integridad física y emocional de los y las jóvenes del país.

Concerniente a los derechos sexuales y reproductivos el capítulo II de derechos y deberes de la juventud, en el artículo 5 inciso 4 cita así: “recibir una educación sexual científica en los centros educativos como una materia más del pensum académico desde quinto grado de primaria y ejercer los derechos reproductivos y sexuales con responsabilidad, para vivir una sexualidad sana y placentera y prepararlos para una maternidad y paternidad responsable”

Se necesita ejercer estrategias que beneficien a la juventud de nuestro país y eduquen tal como lo hace Fundación Luciérnaga con algunos centros educativos que incorporan la temática de educación sexual, de la mano con los docentes y padres de familia para promover la planificación familiar de manera sana.

Es por esta razón que se deben redoblar los esfuerzos para que los niños, niñas y adolescentes se desarrollen en un ambiente sano y puedan ejercer sus deberes del mismo modo que gozan sus derechos.

a) Embarazos en adolescentes.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

“Entendemos embarazo en adolescente como aquel que ocurre cuando la madre tiene entre 10 y 19 años de edad antes de completar su maduración sexual e independencia psicológica” (CANTERA, 2012). Asumir el rol de madre a corta edad implica muchos riesgos, tales como; clínico obstetras, sociodemográficos culturales y psicológicos. Para la OMS estar embarazada a temprana edad +contribuye a problemas de salud y mortalidad infantil, ya que son cuerpos jóvenes que no están preparados.

Según la OMS (citado por CANTERA, 2012) 16 millones de niñas entre 15 y 19 años dan a luz cada año, representando el 11% de todos los nacimientos en el mundo y un 95% de esos nacimientos se producen en países en desarrollo, Nicaragua encabeza los primeros lugares de la lista de embarazo en adolescentes a nivel Latinoamericano.

La causa principal es iniciar una vida sexual temprana y sin protección ya que no es acompañada por una correcta educación sexual. *“Las consecuencias del embarazo en la adolescencia, además de ser permanentes, producen efectos adversos a nivel individual, familiar y social” (FUNIDES, 2016)*

El centro de Comunicación Popular (CANTERA) en su material acerca de “Reflexiones sobre el embarazo en adolescentes y jóvenes” dice que: “el enfoque del problema del embarazo adolescente no termina en aprender métodos anticonceptivos, sino en la educación sexual integral y el desarrollo personal de las y los adolescentes”

Se conoce que el embarazo en adolescentes tiene diversas dimensiones, se manifiestan diversas relaciones de género que favorece la desigualdad y la exclusión a las niñas que salen embarazadas a temprana edad señalándolas de fáciles y que se comprometen fácilmente con los hombres



Preguntas directrices:

1. **¿Cuál es la importancia de los productos audiovisuales como herramientas de comunicación enfocada en temáticas de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y juventud en Fundación Luciérnaga?**
2. **¿Cuál es el impacto social que generan los productos audiovisuales que utiliza Fundación Luciérnaga en temáticas de Género, Derechos sexuales y Reproductivos, Niñez y juventud?**
3. **¿Cuáles son los canales de difusión que utiliza Fundación Luciérnaga para proyectar los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación en temáticas de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud?**
4. **¿Cómo aportan los productos audiovisuales al campo de la comunicación para el desarrollo?**



Marco Metodológico

En cada proceso de investigación científica es de suma importancia la formulación e implementación de una metodología que englobe aspectos significativos teorico-científicos para dar respuesta a los objetivos planteados.

Cada elemento que se contempló en esta investigación fue destinado a fortalecer e inducir a un nivel de verificación y credibilidad, por lo tanto, a continuación se describe el marco metodológico:

Enfoque de investigación

Todas las investigaciones científicas posee un tipo de enfoque, a veces el mismo investigador lo determina, en otras ocasiones la investigaciones por su naturaleza se inclina por cierto enfoque investigativo y científico.

El campo de la investigación cuenta con dos tipos de enfoque y un tercero que es la unión de los dos antes mencionados, el enfoque cualitativo es el indicado para comprender situaciones y problemáticas sociales ,así lo afirma este autor *“la investigación cualitativa busca subjetividad y explicar, comprender las interacciones y los significados subjetivos individuales o grupales”* (Alvarez&Gayou ,2003)

Por lo tanto, el enfoque que se eligió para esta investigación es cualitativo porque *“se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectivas de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto”* (Hernández, 2014) .Es por esta razón que se profundiza en los puntos de vista y las interpretaciones de los diferentes segmentos sociales, por medio de técnicas de recopilación de datos como la entrevistas y grupos focales que son subjetivas.

Además este enfoque es el más idóneo porque se quiere resaltar aspectos cualitativos y el análisis será más profundo y característico.



Tipo de investigación:

La investigación es de tipo Exploratoria-Descriptiva porque se plantea las bases para futuras investigaciones y se describe el análisis cualitativo de los resultados.

La investigación exploratoria es la pauta de la cual aporten todas las investigaciones, porque el fenómeno en estudio no se conoce, aun así este tipo de investigación marca tendencia y se antepone como antecedentes en la materia, de igual forma, la investigación exploratoria propone nuevas líneas de investigación y se acompaña de técnicas investigativas generales como la entrevistas.

Asimismo, se describe de manera sistemática a una población, y la investigación descriptiva apunta al análisis de resultado con el objetivo de caracterizar de manera detallada al fenómeno en estudio.

Validación de instrumentos de investigación:

Hay que destacar que cada investigación debe contar con la validación de instrumentos de investigación, por parte de expertos en la línea investigación establecida con el objetivo de obtener mejores resultados y la información que se requiere.

Es importante destacar que los instrumentos de esta investigación fueron revisados y aprobados por expertos en la línea de investigación el Msc. Walter Calderón y el Lic. Ramiro Castillo.



Población:

Cada investigación se rige por etapas y pasos a seguir, una de ellas es la formulación de la metodología, en este momento se toma en cuenta el universo con que se trabajará. La selección de universo y muestra son decisivos para llevar a cabo el proceso investigativo

Para la realización de esta investigación se tomó a tres poblaciones, los cuales están regidos al tipo de información y resultados que se recolectó, además porque la misma investigación demanda este tipo de selección por sus dimensiones:

Población .1

Organizaciones Aliadas de la fundación:

En esta población están contempladas las organizaciones que apoyan y colaboran con la fundación ya sea, en la proyección de los productos audiovisuales, en la elaboración o apoyo en recursos económicos y humano, etc.

Población .2

Público meta

Esta población engloba a las personas que han participado en alguna actividad realizada por la fundación y que han visto los audiovisuales producidos por la fundación, esta población contempla a estudiantes universitarios y alumnos de secundaria, entre otros.

Población .3

Colaboradores interno de la Fundación:

La población 3 contempla a los colaboradores internos de la fundación que se involucran de manera institucional y cumplen funciones para la realización y promoción de audiovisuales. Entre ellos se destacan al área administrativa y el área de comunicación.



Muestra

La muestra representan una porción de la población seleccionada, gracias a la muestra que se elige se determina el tipo de análisis y su profundidad científica. El proceso de selección de muestra lo determina el enfoque de investigación en esta ocasión se orientara al enfoque cualitativo, que dependerá de su población previamente elegida.

Criterios de muestra:

Para seleccionar la muestra se tomó como criterio de selección por conveniencia, debido a que se requiere un análisis puntual y específico.

Aliados estratégicos:

- Douglas Mendoza, **Puntos de encuentro – *Contra Corriente, Sexto Sentido-***
Producción audiovisual.
- Leslie Gómez, **Fe y Alegría, - *casa de muñecas.***

Expertos producción audiovisual:

- Roberto Guillen – **Managua Furiosa-**
- Félix Zurita, **ALBA Films, -*ya no más y Loma verde-***,
Productor.

Fundación Luciérnaga: Institucional

- **Wendy Paíz.**(Directora de la fundación)
- **Graciela Castillo**(Encargada del área de Comunicación)



Público en general

Estudiantes de secundarias:

5 Estudiantes de segundo año de colegio Oasis de esperanza perteneciente a Fe y Alegría, Entre las edades de 13-17 años

10 estudiantes de sexto grado de colegio Oasis de esperanza perteneciente a Fe y Alegría, Entre las edades de 12-15 años

Estudiantes universitarios:

5 estudiantes universitarios de diferentes carreras entre las edades de 21-25 años

Técnica de recopilación de datos

En las investigaciones se eligen las técnicas de recopilación de información cada una de ellas ayuda a que la investigación tenga fuentes variadas y por supuesto más datos que se utilizaran en el análisis.

Es menester que cada técnica corresponda al tipo de investigación, entre las más comunes esta la entrevista a profundidad, grupos focales, encuestas entre otros.



Entrevista a profundidad

Para realizar esta investigación se aplicaron entrevistas a profundidad con la muestra antes seleccionada.

Las entrevistas se realizaron a las organizaciones aliadas de la Fundación, las cuales están dirigidas a recopilar información sobre el papel que desempeñan en el aporte de proyección y canales de difusión.

Cabe destacar que la técnica de entrevista es una forma de obtener información sustancial para un análisis detallado y subjetivo, todo dependerá del nivel comunicativo y las preguntas formuladas.

Para los autores Álvarez & Gayou (2003) en la investigación cualitativa la entrevista busca entender el mundo desde la perspectiva del entrevistado, y analizar los significados desde su experiencia y los puntos de vista que plantee durante la acción.

Grupos focales

Los grupos focales son técnicas para obtener datos puntuales de un tema en específico su único objetivo es propiciar un espacio de dialogo personal, pero a la vez de forma colectiva, *“el grupo focal tiene por objetivo provocar confesiones o auto exposición entre los participantes”* (Álvarez&Gayou, 2003)

Por lo tanto para esta investigación también se realizaron tres grupos focales los cuales constaron de interrogantes de una temática en específica, el objetivo de esta técnica de recopilación es obtener información importante para analizar sobre el impacto de un producto audiovisual enfocado en una temática social.

Los grupos focales ejecutados con los estudiantes de un colegio de Fe y Alegría, fueron seleccionados porque en otras ocasiones la Fundación han trabajado con estos colegios se les presento un medio audiovisual producido por Fundación



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Luciérnaga titulado “Casa de muñecas”, por lo tanto, el análisis fue más comprensible porque los estudiantes saben de la existencia de la Fundación.

Asimismo, se realizó un grupo focal con estudiantes universitario donde se presentó un medio audiovisual producido por Fundación Luciérnaga titulado “Muy Machos” el cual, conto con el desarrollo de cuatro interrogantes.

Es válido mencionar que algunas de las preguntas que se plantearan en los grupos focales fueron tomadas del material que Fundación Luciérnaga aplica en sus cines foros, esta guía didáctica es proporcionada a los organismos y promotores que aplican la técnica de reproducción de audiovisuales para fines educativos.

Descripción de instrumentos:

Las entrevistas están compuestas por cuestionarios sencillos con preguntas abiertas y semiestructuradas, cada instrumento varía en cantidad en interrogantes, pero la mayoría oscilan entre diez a quince.

Se diseñaron tres instrumentos destinados a los universos elegidos, un cuestionario fue dirigido a expertos en la temática en estudio, inclinados a su perfil.

El instrumento a los aliados estratégicos contenía preguntas relacionados a la labor de la fundación luciérnaga con sus aliados estratégico, por consiguiente, eran preguntas institucionales y vínculos externos.

El tercer instrumento estaba dirigido a colaboradores internos de la organización, cada pregunta consistía en el rol que desempeña en la fundación, de forma institucional.

Por otra parte, se diseñaron dos cuestionarios para realizar los tres grupos focales, ambos cuestionarios contenían interrogantes abiertas semiestructuradas, los cuestionarios constaban de cuatro y cinco preguntas, las cuales estaban enfocadas en temáticas específicas.



“Un país sin cine es
como una familia
que no tiene foto”
Félix Zurita.

Análisis de Resultados



Entrevistas aplicadas a organizaciones aliadas de Fundación Luciérnaga

Capítulo 1: labor directa de las organizaciones con Fundación Luciérnaga

Esta investigación científica tomó como objeto de estudio Fundación Luciérnaga quien es una entidad generadora de contenidos audiovisuales en Nicaragua, su filosofía es la comunicación para el desarrollo y cambio social. Por lo tanto, su labor es producir, difundir, proyectar y abordar temáticas sociales con medios audiovisuales para lograr cambios de comportamientos en la sociedad.

Fundación Luciérnaga se caracteriza por distribuir sus materiales fílmicos a organizaciones e instituciones que en su POA (Plan Operativo Anual) incluyen espacios de formación educativa en grupos comunitarios y escolares, estas alianzas tienen la característica de trabajar bajos diversos ejes relacionados a, Género, Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria que Fundación Luciérnaga tiene.

En el ejercicio de recolección de datos se realizó entrevistas de profundidad a dos de las organizaciones aliadas de Fundación Luciérnaga, Douglas Mendoza, Productor y Comunicador de Puntos de Encuentro cuyo trabajo se enfoca en la producción de medios audiovisuales y talleres comunitarios, y Leslie Gómez, Directora del área de Promoción Social de los centros educativos Fe y Alegría.

Puntos de Encuentro es una organización feminista que trabaja con enfoque en cambio social utilizando los medios masivos de comunicación desde hace 56 años, durante este periodo se han establecido alianzas con Fundación Luciérnaga. Puntos de encuentro realizó la primer serie de televisión en Nicaragua “Sexto Sentido” y “Contra Corriente”, en ese proceso Fundación Luciérnaga compartió su trabajo educativo en base a la proyección de la tele serie Loma Verde.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Puntos de Encuentros tienen un proyecto que se llama promoción de la cultura de paz y promueven paquetes educativos de la serie Loma Verde, para trabajar sobre masculinidades.

Fe y Alegría es una institución de educación popular integral y de promoción social, cuyo compromiso es hacer posible una educación de calidad en los niños y niñas del país. Se enlazan con Fundación Luciérnaga porque la instancia educativa busca medios y recursos que puedan proyectarlos a sus alumnos y los audiovisuales de Fundación Luciérnaga son los indicados.

Gumucio (2010) señala como un requisito importante la capacitación en técnicas de comunicación en los agentes de cambios y la producción de materiales apropiados para el contexto cultural de cada programa, tanto Puntos de Encuentro, como Fé y Alegría utiliza los medios audiovisuales para segmentos diferentes, con el objetivo de generar contenido sociales y sensibilizar, utilizando la comunicación para crear un punto de vista crítico.

Fe y alegría utiliza los productos audiovisuales de Fundación Luciérnaga y une lo pedagógico con lo comunicacional, es una forma ideal para educar, ya que, mediante el video llevan a sus jóvenes y alumnos mensajes educativos de acuerdo a sus programas de estudios, es importante destacar la alianza de Fundación Luciérnaga con Fe y Alegría, porque ponen a disposición materiales y capacitan a sus docentes de acuerdo a las temáticas que se aborden y el uso de la guía didáctica de cada producto audiovisual.

Para la organización Puntos de Encuentro es importante la promoción de Derechos Humanos, a través de materiales audiovisuales que destacan las características y beneficios de su utilización.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

El enlace con Puntos de Encuentro es comunicacional y técnico porque ambas entidades son productoras de materiales audiovisuales enfocados en temáticas similares, que apuestan al cambio social, e intercambia sus materiales de acuerdo al contexto cultural y social al que van dirigido.

Ambas organizaciones unen su labor comunicacional y pedagógica para incluir en su misión y visión estrategias de comunicación asertiva para llegar a su público meta, en este caso los productos audiovisuales han funcionado en gran forma al momento de producir y difundir contenidos. Asimismo, hay que tener presente que tanto Puntos de Encuentro como Fe y Alegría son organizaciones que trabajan con temáticas de sensibilización y prevención , por lo que es indispensable acoplarse y adoptar nuevas prácticas y estrategia que concienticen al público, mediante los productos audiovisuales que son muy efectivos en cuestión de reproducir mensajes positivos.



Capítulo 2: importancia de los productos audiovisuales con enfoque social para generar impacto

La sociedad muchas veces cuestiona las formas de llegar a las audiencia ya sea por parte de los Mass medias o los mismos organismos independientes, se está viviendo una época donde las imágenes cuentan más que las mismas letras, donde ver un video en You tube es más relevante que leer un libro, esto viene a revolucionar todos los ejes de trabajo y replantear estrategias de difusión y abordaje en estas instancias.

Para el entrevistado D. Mendoza “es vital promover materiales educativos audiovisuales que puedan proyectar realidades nicaragüenses que puedan aportar a mostrar la realidad, que nos ayuden a reflexionar críticamente y materiales educativos desde nuestras propias realidades urbanas , rural, con los hombres , las mujeres , que sea una labor educativa que no refleje el amarillismo como hacen los medios de comunicación nicaragüense” ,en la actualidad muy pocas organizaciones como las que hace Luciérnaga y Puntos de Encuentro están generando audiovisuales de interés local , y además utilizando el Edu-entretenimiento para mostrar a los jóvenes, de una manera entretenida mensajes relacionados a la prevención de la violencia, temas de VIH, de Medio Ambiente con el objetivo de mejorar la calidad de vida.

Para los autores Singhal&Rogers (1999) el cambio social consiste en orientar la conciencia, actitudes y prácticas del público hacia a un final socialmente deseable un propósito más comunitario que dé solución a las problemáticas, tomando en cuenta la importancia de las palabras y las voces de los actores sociales, esto es lo que en su mayoría hace Puntos de Encuentros de la mano con Fundación Luciérnaga para reflejar las temáticas sociales que afectan a los grupos nicaragüenses. Además hacen un llamado a la transformación de conciencia social, cuestionan a los medios por su forma de difundir las noticias y naturalizar la violencia.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Cada medio de comunicación u organización tiene dentro de su estrategias utilizar herramientas comunicacionales para transmitir mensaje, el video convertido en documental, teleserie o spot televisivo es muy atractivo desde cualquier dimensión. En aspectos comerciales la producción audiovisual es sumamente importante para generar boom y moldear actitudes, sin embargo, desde el punto de vista de comunicación para el cambio social es un poco menos utilizado pero con una efectividad increíble en cuanto a medición de impacto, por ejemplo, Puntos de Encuentro con la evaluación de impacto de Sexto Sentido.

Por otro lado, *“Este tipo de estrategia se basa en la emisión por televisión de series, telenovelas y otros formatos narrativos que cuentan con un elenco de personajes cuyos comportamientos y actitudes pueden servir de modelo para los espectadores”* (Igartua & Vega s,f) . En este caso puntos de encuentro apuesta por el Edu entretenimiento con teleserie como sexto sentido y contracorriente y a la vez utiliza la teleserie Loma Verde que proporciona Fundación Luciérnaga en la búsqueda de nuevos formatos de difusión

En tanto, reafirman los entrevistados que utilizar medios audiovisuales para concientizar y prevenir es una de las fórmulas más indicada para causar impacto en sus públicos y ser ejemplos apegados a la realidad, donde es más fácil y dinámico conversar sobre una temática social reflejados en un producto audiovisual.

Los dos entrevistados coincidieron en que el Edu entretenimiento es una forma de llegar a un segmento de la sociedad, y comenzar un proceso de identificación donde los protagonista y las audiencias entablan lazos de convivencias emocionales, por lo tanto, este vínculo hace aún más fuerte el impacto de un producto multimedia.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Para las organizaciones que trabajan con ejes como Derechos Humanos, Género y Niñez; es importante incorporar los medios audiovisuales como herramientas de comunicación, aunque como manifiesta un entrevistado a veces no se cuenta con los recursos, por eso se tienen que hacer alianzas y mientras existan personas que pongan a disposición este tipo de material se podrá hacer conciencia social.

La entrevistada Gómez nos cuenta su experiencia con los cines foros que han impartido en los centros educativos: “porque no solo es ver el video son las preguntas también la guía metodológica, establecen (los estudiantes) si lo ha vivido, si es una experiencia conocida y a partir de eso se crea también como va interiorizando todo ese aprendizaje, se le pide propuestas a los jóvenes también”. De alguna forma u otra los entrevistados expresan su sinergia al momento de trabajar con material audiovisual Nicaragüense.

Kaplún (2002) dice que la educación y la comunicación actualmente se está utilizando con mayor frecuencia y ahínco las películas los videos. Por lo tanto, este método que utiliza Fe y Alegría es muy eficaz en la búsqueda de formas innovadoras de educar para que los alumnos interioricen sobre sus realidades y formas de vida de su entorno.

La Edu comunicación es un modelo que Fe y Alegría adopta para mejorar el proceso de aprendizaje auxiliándose de herramientas de comunicación apegadas a las nuevas tecnologías que la sociedad ofrece.

Por lo consiguiente, no solo el Edu entretenimiento resulta beneficioso en los procesos de transformación social, a través de estas entrevistas se constató que el Edu entretenimiento también es una estrategia perfecta para mejorar la enseñanza-Aprendizaje. Asimismo, la formación de actitudes en los individuos desde el ámbito educativo, las escuelas son entornos de socialización y lugares propicios para moldear las vidas de los seres humanos.



Capítulo 3: productos audiovisuales de Fundación Luciérnaga difundidos para el cambio social

Fundación Luciérnaga en sus años de trabajo ha producido documentales, tele Series, Cortometrajes, spot televisivos, programas de televisión y radio novela con el enfoque de cambio social.

Cada una de estas producciones cuentan con ese enfoque de comunicación para el cambio, donde se incorporan características claves de la sociedad Nicaragüense, esta Fundación refleja las realidades sociales partiendo de problemáticas que aquejan a la población, haciendo uso de sus alianzas y vínculos estratégicos.

Loma Verde es la primera tele novela realizada con producción y actores nicaragüense, cuenta la historia del matrimonio de Merche una ama de casa y Chico un hombre infiel, Chico tiene relaciones sexuales sin protección y adquiere el VIH se lo transmite a su esposa, Merche descubre que tiene VIH y decide hablar, Chico reacciona violentamente y Merche lo denuncia ante las autoridades. Así se comienzan a desarrollar otras temática como la violencia de género, el abuso sexual, el machismo, la trata de personas y la emigración, como una forma de visibilizar problemáticas muy presentes en la sociedad Nicaragüense.

El propósito de la tele novela no solamente es entretener y hacer reír a las familias nicaragüenses, sino, reflexionar sobre estas realidades que se naturalizan en las comunidades rurales y urbanas del país.

A partir de la Tele Novela crean la guía metodológica llamada ¡Muy Macho! que trabaja en tema de violencia hacia las mujeres y el rol de los hombres en la sociedad, para el entrevistado D Mendoza “yo trabajo temas de masculinidades y los he utilizado en los miles de talleres y veo que funcionan que se sienten identificados, pueden criticar el tema de los hombres y veo la utilidad de esta serie de televisión acerca del papel del hombre para cambiar y mejorar”



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

La guía de ¡Muy Machos! Recopila temas como violencia de género, rompiendo estereotipos, cuyo objetivo principal es sensibilizar a los grupos de hombres con dinámicas y preguntas que los harán reflexionar sobre su papel en los hogares nicaragüenses.

Cada uno de los productos audiovisuales que Fundación Luciérnaga realiza es trabajado a partir de investigaciones en las comunidades y estadísticas que arrojan diferentes centros de la sociedad civil, es una forma de darle vida a historias reales con el propósito de cambiar la perspectiva de la audiencia, influyendo en puntos de vista diferente y romper con esquemas de estereotipos.

Autores como Gumucio definen a la comunicación para el cambio social como la construcción de una sociedad forjada de luchas e ideales comunes que se cumplen cuando se trabaja de hombro a hombro para lograr cambios deseados y equilibrio colectivo. Los entrevistados coinciden en el poder de la transformación y el cambio de actitud que provoca el conocimiento sobre las necesidades de cada ser humano, y las desigualdades que ciertos grupos están sometidos.

Con respecto a la temática de Derechos Sexuales y Reproductivos Fundación produce “Casa de muñecas” es un documental realizado en el año 2007 que cuenta la historia de Migdalia y Luz Marina dos adolescentes de 14 años que salen embarazadas y las consecuencias que tienen que afrontar, unen la vida rural y urbana en una sola problemática reflejando que el embarazo a temprana edad es una puerta a la pobreza.

Para el documental se implementan cines foros con adolescentes y jóvenes, con el objetivo de prevenir embarazos precoces y promover la educación sexual reproductiva responsable, en los colegios de Fe y Alegría se trabajaron guías metodológicas con los alumnos y docentes. Según la entrevistada de dicha institución los alumnos y alumnas vieron situaciones similares a las que ocurren en sus comunidades y familias, detectaron las causas y consecuencias de un embarazo a temprana edad, también les ayudo a visualizar sus proyectos de vida, tal como lo menciona la entrevistada Gómez: “Nosotros trabajamos la



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

metodología de educación popular que valora mucho el hecho de que la gente plantee sus saberes, y en este caso estas herramientas aportan a eso”

Cada uno de los entrevistados resaltó los canales de difusión alternativas que utiliza Fundación Luciérnaga mediante sus cines foros y sus guías metodológicas, es una buena táctica porque su propósito es llegar a las comunidades y grupos sociales que atraviesan estos problema. Para los autores Bordenave&Carvalho, es muy importante tomar en cuenta, que, quien y cuanto falta para comunicar y agregar las formas de comunicar efectivamente para que los objetivos se cumplan y el mensaje produzca el efecto planteado, como lo implementa la institución con su público.



Capítulo 4: comunicación audiovisual y su importancia para reflejar temáticas sociales.

La comunicación audiovisual es muy amplia, encierra muchos aspectos que son importantes abordarlos independientes, sin embargo, su efectividad es casi perfecta, quienes la implementan resaltan los beneficios en cuestión de formulación de mensaje claros y precisos, asimismo, su alcance e impacto

La comunicación audiovisual apuesta a cambios significativos en actitudes y comportamientos, por ende, muchas organizaciones e industrias comerciales optan por utilizarla desde diferente propósito, por ejemplo, Fundación Luciérnaga apuesta a esta forma de comunicar para cambiar actitudes que lleven a decidir en pro del bien común.

Según el perfil de nuestros entrevistados solo a D. Mendoza se le hizo la pregunta de comunicación audiovisual ya que él es productor de medios audiovisuales.

Cebrián dice que: “lo audiovisual como sistema semiótico es el vehículo de la información” (1983). El entrevistado alude a la diversidad de herramientas que tiene la comunicación audiovisual y que en su contenido debe fomentar un dialogo participativo, que cada imagen lleve mensajes orientadas a una labor educativa y que los difusores sean un medio responsable.

Para el entrevistado D. Mendoza: “hay que promover el entretenimiento de una manera de fomentar dialogo y no burlarse de los otros”, se refiere al rol que están jugando los medios de comunicación tradicional, específicamente lo televisivo quienes se encargan de generar mensajes peyorativos a ciertos grupos sociales (mujeres, homosexuales, trabajadoras sexuales) con el fin de obtener mayor audiencia minimizando problemáticas que aquejan a la sociedad (accidentes de tránsito, feminicidios, abuso sexual, ,maltrato infantil, etc.)

La cultura Nicaragüense se caracteriza por consumir mucha nota roja en los noticieros tanto radiales como televisivos, día a día se observa en los canales



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

más sucesos que reflejan el amarillismo y sensacionalismo propio de una cultura que normaliza los actos de violencia.

Para la entrevistada y pedagoga L. Gómez, opina en cuanto al uso de los videos de Fundación Luciérnaga “la gente cuando ve un material audiovisual lo ve de otra manera, se sienten conectados con la imagen, que tienen un mensaje que plantea historias de la vida cotidiana, que plantea hechos recreada desde las realidades” la pedagoga en sus propias palabras demuestra lo que plantea *“la imagen tiene un papel más emotivo que racional, nos hace reír, llorar, nos cae simpático tal o cual personaje, nos interesa sus ideas, sus sentimientos”* (Corominas, 1994). La entrevistada relata las emociones que observó en los cines foros de parte de los niños y niñas que vieron el video, ciertos niños compartieron historias relacionadas a las temáticas que se plantearon y desde su propia visión proponían sus soluciones.

Otro aspecto es que la población en el país se caracterizan por consumir novelas extranjeras (mexicanas, colombianas, brasileñas) que representan realidades ficticias impropias de la cultura , los televidentes llegan al punto de imitar a sus personajes favoritos e inventarse historias, transmiten antivalores (actos de infidelidad, venganza y abusos de poder) .En el imaginario Nicaragüense la producción extranjera ha calado en su consumo y el producto nacional les parece aburrido, en muchas ocasiones aunque este dirigido y refleje vivencias nacionales por la misma naturalización de violencia que producen los medios de comunicación, no son tomada en cuenta.

La entrevistada Gómez dice que el video “es una herramienta útil que llama a la reflexión, que llama a la sensibilización [...] y en este caso estas herramientas aportan a eso y se hace desde una metodología de la educación popular” ,asimismo, *Kaplun aconseja que: “Es menester que el mensaje se difunda, se socialice, sea compartido” (2001)* bajo esta afirmación la entrevistada plantea su punto de vista tomando en cuenta la correcta difusión de los mensajes para el diálogo , la sensibilización que genera un discurso trabajado con guías didácticas y la preparación de los facilitadores en las formas de cómo se proyectan estos productos en los públicos destinados.



Capítulo 5: herramientas audiovisuales y su aporte en la comunicación para el desarrollo

Fundación Luciérnaga trabaja con enfoque de Comunicación Para el Desarrollo y para el cambio social haciendo uso del documental para mostrar realidades sociales de manera crítica e inclusiva, que promuevan y defiendan los derechos humanos fundamentales de los pueblos, en especial de los más excluidos.

Esta Fundación es un ejemplo en Nicaragua como productoras que generan contenidos sociales para prevenir y concientizar sobre realidades sociales, aunque es muy difícil y costosos este tipo medios, Fundación Luciérnaga trabaja con el lema de Comunicación para el desarrollo enfocando los diversos sectores de la sociedad marginados.

Para la entrevistada Gómez “Es vital para transformar la realidad, que sean críticos pero con enfoques de derechos humanos, que se promueva educación y temáticas que involucren a los hombres y mujeres, saber lo que se quiere aportar desde un punto de vista critica para cambiar” la entrevistada destaca que usar herramientas audiovisuales como el video, conlleva aun aporte significativo en los procesos de desarrollo local ,y a la vez contribuyen en el amplio campo de la comunicación, retoma la participación en comunión de cada barrio, comunidad o comarca.

Por otro lado, ambos entrevistados hace una crítica a la forma de comunicar en Nicaragua “creo que el sistema de comunicaciones en nuestro país debe profesionalizarse” haciendo énfasis en la labor de los comunicadoras y comunicadores en la sociedad nicaragüense. Las mujeres y hombre que forman opiniones públicas que pertenecen a los medios no reflejan ética y solo responden a la línea editorial de los medios masivos de comunicación, dejando atrás sus valores y profesionalismo.



“La comunicación participativa para el cambio social ve a la gente como el núcleo del desarrollo. Desarrollo significa elevar los espíritus de una comunidad local para que esté orgullosa de su propia cultura, intelecto y medio ambiente” (Servaes & Malikhao, s,f) ambos entrevistados coinciden en que los medios de comunicación deben de ser responsables en su difusión de noticias , sin caer en la burla y de un punto de vista ético resaltar los derechos humanos e impulsar las habilidades individuales para el desarrollo de una sociedad más justa. Además, resaltan el uso de los productos audiovisuales como métodos eficaces al momento de llegar a las audiencias, mencionan la importancia de comenzar a producir audiovisuales y a la vez utilizarlo para trascender en cuanto a objetivos y propósitos.

Utilizar medios audiovisuales en la actualidad ha llevado a crear nuevos espacios de comunicación asertiva, apuntados a concientizar sobre temáticas que no son agendadas en medios masivos de comunicación. *“Considera la comunicación para el desarrollo un elemento básico para llevar a cabo el mandato de libre circulación de las ideas. Esta agencia se centra en facilitar el entorno necesario de comunicación para el desarrollo mediante la creación y el fortalecimiento de capacidades de los medios”* (UNESCO, 2011). Por ende, la comunicación para el desarrollo busca nuevos espacios y herramientas innovadoras que estén a la vanguardia para llegar a sus públicos metas, mayormente es utilizado por organismos internacionales y organizaciones que trabajan esas temáticas, y su labor es en lo comunitario.

La comunicación para el desarrollo pone a disposición diferentes herramientas, todo dependerán del tipo de enfoque que se dará o el público al cual irán dirigido los mensajes. Estas herramientas se clasifican en tres tipos, las tácticas de comunicación interpersonal, los medios masivos de comunicación tradicionales y los nuevos medios de comunicación, por ejemplo, páginas Web, You tube, etc.



Cada una de estas herramientas es utilizada por muchos organismos internacionales en sus propuestas de Desarrollo Comunitario, por supuesto, cada herramienta es diseñada e incluida en sus campañas y programas.

El aporte de las herramientas audiovisuales a la comunicación para el desarrollo tiene que ver con su impacto social y de comportamiento, por ejemplo, la Cooperación Suiza (COSUDE) en su guía práctica de Comunicación para el Desarrollo (2014) enfatiza en los tipos de herramientas que ofrece; a los audiovisuales los posiciona como didácticos y con mucho ámbito en la cooperación además de informar, capacitan sensibilizan y movilizan.

También, esta guía apunta a la implementación de la telenovela con contenido social y educativo combinando el entretenimiento con la sensibilización para un grupo amplio, por lo consiguiente, Fundación Luciérnaga no está separada de estos modelos internacionales que apuestan al cambio social para llegar a un desarrollo más integral, a través de piezas audiovisuales con enfoques sociales.



Entrevistas aplicadas a expertos en producción audiovisual nicaragüense

Capítulo 1: comunicación audiovisual y la afición por realizarlo

En Nicaragua la comunicación audiovisual carece de una carrera profesional que la respalde, en su mayoría son jóvenes quienes se arriesgan a producir empíricamente, y otros pocos son extranjeros que traen sus experiencia y conocimiento para trabajarlo en las realidades Nicaragüenses.

En esta investigación se entrevistó a Félix Zurita fundador de Fundación Luciérnaga de origen Suizo y Español, Sociólogo, experto en producción audiovisual y director de Alba Films(Productora Nicaragüense), quien define a la comunicación audiovisual desde su experiencia como “la imagen y el sonido son una herramienta importante para transmitir información acerca de la sociedad, pero que exige de un lenguaje propio”, por lo tanto, Zurita hace énfasis en el proceso al momento de elaborar un producto audiovisual y los elementos que lo hacen particular.

De igual forma se dialogó con Roberto Guillen ,productor de MF la serie , comunicador social y actor nicaragüense ,el da su punto de vista sobre lo que considera como comunicación audiovisual “es transmitir un mensaje por medio del sonido y la imagen, contar historias , denunciar, divulgar, publicitar” el entrevistado le atribuye características eficaces a la imagen y sonido como fuentes creadoras de opiniones y entornos sociales ,asimismo, Guillen comparte su opinión en posicionar al audiovisual como medios específicos para transmitir vivencias y experiencias.

Para Gutiérrez (1979) la comunicación audiovisual encierra los medios mecánicos o electrónicos de registro, reproducción y difusión separados o conjuntamente para representar conocimientos , facilitar su adquisición y eventualmente reproducir o modificar determinados comportamientos ,tanto los entrevistados como los grandes teóricos consolidan la composición de los audiovisuales para transformar e influir en los comportamiento del ser humano en la sociedad.



Los entrevistados contaron su amor y dedicación a la producción audiovisual nacional, por ejemplo, Félix Zurita viene a Nicaragua en la época revolucionaria como realizador y cineasta y se encarga de filmar las situaciones sociales y políticas que atravesaba el país, también, es creador de la productora Alba Films quien en conjunto con Fundación Luciérnaga han realizado reportajes, documentales, radionovelas, entre otros.

Por su parte Roberto Guillen cuenta que desde niño le ha gustado el cine y que en Nicaragua no hay carrera ni especialidades en producción audiovisual, sin embargo, estudio cine en el extranjero para mejorar sus habilidades como productor.

Para este entrevistado cala en las mentes de las personas un audiovisual cuando se produce para transformar una situación, desde su punto de vista narra la importancia y el papel transcendental que ha llegado a tener en su vida ser productor de una serie nicaragüense dirigida a jóvenes que se sienten desorientados y solos en situaciones reales, por lo tanto, ser un realizador en producción audiovisual ha llegado a ser un reto, pero es una satisfacción personal y como nicaragüense.



Capítulo 2: obstáculos y limitaciones en la producción de audiovisuales en Nicaragua.

Como todo proceso de producción hay pro y contras que surgen a partir de las realizaciones, por ejemplo se les preguntó a los entrevistados sobre los obstáculos y limitaciones que se presentan en la pre producción, producción y post producción. Quienes destacaron los retos económicos, sociales y comunicacionales.

Se conversó con Sebastián Verde, un chavalo miembro del grupo “Pónete cómodo” quienes están incorporándose en la realización de cortometrajes, spot y skecht para el entretenimiento juvenil, entre los obstáculos y limitaciones que enumera es: que el presupuesto es un principal obstáculo, las herramientas como la cámara, el audio, las locaciones ya que para producir se necesitan herramientas que hagan una producción eficaz.

Félix Zurita menciona que todo depende de un punto de vista personal y la forma de trabajo, a veces, se tienen los videos pero no la manera eficaz de trabajarlo, Roberto también habla de ellos, menciona que en Nicaragua es difícil producir audiovisuales porque no se tienen las herramientas necesarias para hacerlo, falta equipo técnico y en recursos humanos se hace empíricamente por la carencia de carreras que existen en el país, “creo que el mayor obstáculo es la gestión de recursos la gestión de fondo, Nicaragua no cuenta con un fondo estatal que la mayoría de los países tiene para la promoción de la cultura, específicamente para la producción cinematográfica” , los grandes medios de comunicación no abren sus espacios para proyectar documentales o tele series , ellos cobran gran precio y no apoyan la publicidad.

La sociedad está inmersa en lo comercial, en lo práctico, muy pocas personas quieren ver este tipo de producciones en televisión nacional, la realidad es complicada y muy fuerte, es más fácil estar encerrados en una burbuja de cristal comprando e imitando culturas ajenas que salir de la burbuja y enfrentar las desigualdades y exclusión con propuestas de cambio colectivo.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Otro obstáculo sobre la producción Nicaragüense es la falta de apoyo de transmisión por parte de los canales de televisión. La mayoría exigen ganancias económicas por transmitir estas producciones aunque sean de índole social. No hay sensibilización ni espacios en medios nacionales para difundir mensajes sociales, ante todo se impone las ganancias económicas y los beneficios que se obtienen.

Los Mass Medias en Nicaragua se han olvidado de educar a la audiencia y han llenado ese espacio con entretenimiento. La audiencia está siendo moldeada para reproducir prácticas negativas, el entretenimiento desmedido y la desinformación ha suplantado la conciencia social.

En Nicaragua hay un sistema educativo en déficit comenzando con la educación primaria hasta llegar a la superior, integrar la comunicación audiovisual en los perfiles y curricula educativa es una propuesta que se debe tomar en cuenta, Guillén, uno de los entrevistados hace una crítica fuerte al sistema educativo Nicaragüense, la necesidad de plantear este tipo de comunicación en los próximos comunicadores nacionales es imprescindible para formarse al cien por ciento.



Capítulo 3: mercado y consumo de productos audiovisuales con enfoque social en Nicaragua

En este capítulo los entrevistados son de perfiles diferentes por lo cual su opinión referente a este singular, por ejemplo Sebastián Verde se dirige a un público juvenil y es un canal en YouTube por lo cual opina que ellos desde su canal tienen público.

Para Roberto Guillen existe un mercado internacional que quiere comprar películas nicaragüenses, pero el mercado nicaragüense consume mucha producción extranjera y en cuanto a producción audiovisual nicaragüense el público es muy exigente no acepta ni consume cualquier cosa, los nicaragüenses consumen con pocos valores sociales.

Para Félix Zurita desde su experiencia con la Fundación opina que no existe mercado audiovisual y eso los ve obligados a producir subvencionadamente por organizaciones extranjeras, sin embargo, a la gente les gusta ver con contenidos sociales y se ven reflejados en ellos.

En el capítulo anterior se planteaba los pocos espacios que tiene las producciones nacionales en los medios masivos de comunicación, es difícil que se transmita producciones como Loma Verde en canales nacionales ,para lograrlo hubo una inversión económico por parte de la Fundación, esto solo refleja lo difícil que es aventurarse en la producción audiovisual en Nicaragua.

El mercado en producción audiovisual es muy competitivo, los nicaragüenses están acostumbrados a consumir producciones extranjeras. Una de los entrevistados menciona que al mundo le interesa conocer las historias de Nicaragua pero a Nicaragua no. Esta afirmación refleja la falta de pertenecía y poca sensibilidad que hay en Nicaragua por enterarse de las problemáticas que hay en la sociedad.



Además la ausencia y poca profesionalización por parte de las entidades educativas ha influido en una cultura que no consume producción nacional porque se piensa que no hay calidad, tampoco profesionalismo por parte de los productores, por ende, el valor disminuye y se limita a un sector muy pequeño de la sociedad.

Para uno de los entrevistados, los nicaragüenses consumen en gran parte audiovisuales extranjeros. Por lo tanto, mercado si hay, pero no consumo, público o audiencia. En la actualidad la población Nicaragua consume desde comics hasta anime, pero cuando se lanza una producción nacional ya se teleserie documental o películas con algún enfoque social o de prevención no es aceptada de buena manera, y los espacios son negados.

Esta situación se debe al poco apoyo y empirismo que hay en Nicaragua sobre este aspecto de la comunicación.



Capítulo 4: medición, alcance y estándares de calidad en producción audiovisual

Los tres entrevistados de acuerdo a su perfil miden de diferentes formas su alcance, Felix Zurita desde Fundación Luciérnaga miden su alcance mediante la difusión local y comunitaria, “medirlo es complejo porque se trata de cambio de actitudes”.

Tanto Sebastián Verde como Roberto hablan de su experiencia con los canales de YouTube, por ejemplo para MF la serie, “del alcance es muy subjetivo porque la cantidad de persona que ve una pieza uno no lo logra saber, al menos en mi experiencia con la serie web de Managua furiosa nosotros supimos que el primer capítulo la vieron 34 mil usuario y el ultimo capitulo la vieron 14 mil”, de esta forma se conoce la crítica del público y la manera en que lo recibe.

Es importante destacar la medición porque de esa manera se une la investigación cualitativa y cuantitativa, para no solamente tener un número aproximado sino una interpretación de las emociones y actitudes de las personas para consumir un producto.

En cuanto a términos de calidad los entrevistados coinciden que los productos audiovisuales deben de cumplir con ciertos factores, tales como, “buen audio, buena composición de imágenes y buenas locaciones” lo cual incentiva al público a consumirlo. Félix Zurita dice que “la buena voluntad no basta para hacer una producción audiovisual independientemente de su contenido, hay que saber manejar los instrumentos, conocer la tecnología, tener mucha practica”, es decir que los aspectos técnicos no deben dejarse de un lado al momento de elaborar un producto.

Es importante para todos los entrevistados elaborar correctamente guión de producción porque en base a él se obtendrá una historia que impacte, estos productores nacionales destacan la coherencia y orden en los mensajes, por ejemplo, un documental debe contar con historias reales que se alternen en la



secuencia del mismo y, que incluir muchas temáticas en un solo producto audiovisual puede provocar confusión en la audiencia.

El alcance de un producto audiovisual depende del tipo de mensaje que se difunda y por supuesto el tipo de público, como se mencionaba en el encabezado de este acápite hay muchas formas de medirlo, pero, la clave para que sea efectivo es la investigación de mercado. Fundación Luciérnaga lo hace desde el ámbito comunitario, de antemano se realiza una investigación sobre determinada temática para determinar el público y las historias, de ahí parte el guion y después se procede a la producción.

Aunque una de las características de la calidad en los medios audiovisuales es el protagonismo profesional, se necesitan personas con experiencia en el campo, actores y actrices; sin embargo, la Fundación apostó a la relevancia de actores nacionales con rasgos nicaragüenses para que el público se identificara al momento de mirar la teleserie en este caso Loma Verde.



Capítulo 5: sectores que producen recursos audiovisuales y el uso de las nuevas tecnologías.

En Nicaragua la producción del cine tiene su mayor auge en 1980, los pioneros INCINE, instituto de cinematografía en Nicaragua, ellos empezaron produciendo bastante, tenía como eje central de producción la realización de documentales, cortos y largometrajes de ficción, pero sobre todo la producción de los llamados “Noticieros INCINE”; Esa institución se encontraba adscrito al Instituto Nicaragüense de Cultura INC, Camila Films que ha trabajado por muchos años en la realización de ellos.

Para el entrevistado Félix Zurita la tecnología tiene sus ventajas y desventajas ya que al facilitar las cosas a veces se dan de manera improvisadas, el uso de instrumentos tecnológicos minoriza las exigencias para la producción, en cambio, Roberto Guillen” la tecnología nos ayuda a abaratar costos en producción la tecnología nos ayuda acercar esta producción audiovisual a nuevas audiencias ,la tecnología nos ayuda a conectarnos con el resto del mundo, la tecnología ha sido fundamental para que los jóvenes empecemos a contar nuestras historias a menor precio de producción” es muy clara la posición de los dos entrevistados , donde cada uno expone sus puntos de vistas al uso de la tecnología, es importante destacar que las nuevas tecnologías han ayudado en gran forma en la industria del cine a nivel mundial, debido a que ahora es mucho más fácil producir un audiovisual sencillo corto y atractivo.

Aunque uno de los entrevistados propone que la tecnología debido a su inmediatez el proceso de producción pierde un poco el propósito del mensaje que se quiere transmitir, también, la misma falta de experiencia para usar estas nuevas herramientas tecnológicas hace que pierda calidad, sin embargo, este entrevistado propone su visión desde un ámbito más tradicionalista, de la vieja escuela, donde era más difícil producir algo de calidad a comparación de esta época.

Por otra parte, ambos coinciden que la tecnología baja los costos de producción que vendría siendo un pro donde cada productora aprovecha en su máximo nivel.



Los costos de producción sin duda es uno de los principales factores a tomar en cuenta al momento de aventurarse a este mundo, mayormente quienes deciden incursionar en este campo de la comunicación son las ONG con financiamiento extranjero, como Fundación Luciérnaga, Puntos de encuentro o en la actualidad jóvenes emprendedores con tan solo un celular en las manos y mucha imaginación.

En la actualidad las nuevas tecnologías están siendo aprovechada por los jóvenes para la implementación de la educación y el auto aprendizaje, asimismo, su búsqueda de entretenimiento es solventada por las facilidades que brinda el internet. En este caso las nuevas tecnologías ponen a disposición los usos de herramientas digitales para la elaboración de proyectos académicos o laborales.

Para nuestros entrevistados producir audiovisuales se ha vuelto un poco accesible porque la misma invención de las tecnologías lo ha propiciado, tanto los programas, aplicaciones y el internet mismo ha venido a equipar a los individuos. A ello hay que sumarles los dispositivos móviles como celulares que cuentan con cámaras de calidad para realizar cualquier tipo de actividad.



Capítulo 6: contribución de la producción audiovisual en temáticas sociales.

Los entrevistados concuerdan en que se deben trabajar temas relacionados a la violencia, a los femicidios , abusos sexuales y educar acerca de valores que deben permanecer en la sociedad.

Nicaragua es uno de los principales país con déficit en educación, por lo tanto, sus principales necesidades nacen en el tipo de educación que hay tanto en los hogares y escuelas, inculcar valores es una tarea no solo de la familia y el colegio, es cuestión del mismo estado, gobernantes y por supuesto medios masivos de comunicación.

La producción audiovisual en Nicaragua no es una industria que tiene mucho auge, sus costos son muy altos, no hay profesionalización, tampoco interés por el estado por invertir. A consecuencia de esta ausencia audiovisual se origina el desinterés por la población en no interesarse en esa temática, las grandes producciones vienen de los países desarrollados con cultura ajena y antivalores que son consumidos sin objetar.

Al carecer de condiciones para producir a nivel nacional los jóvenes están descubriendo nuevas formas para producir aunque sea de manera empírica, el Centro de Comunicación Popular (CANTERA) es un organismo que incentiva a los jóvenes a producir y elaborar su propios proyectos audiovisuales en base a temáticas sociales para la prevención, este Centro pone a disposición cámaras equipos para grabar desde un spot televisivo hasta un documental. Es importante destacar el papel de las ONGs en la producción de este tipo de herramientas audiovisuales, la función que se está desempeñando por el nivel de conciencia social y disposición para empoderar a la juventud a través de estas prácticas comunicacionales que se hacen a partir de comunicación popular.



Sin lugar a duda, incluir temáticas sobre problemáticas sociales en este tipo de producciones es ideal para llevar a la realidad nacional experiencias vividas de la vida cotidiana.

En Nicaragua no hay industria de cine, por lo tanto, hay poca producción por parte de las entidades que lo hacen. Educar desde imágenes y sonidos es un punto a favor en las nuevas estrategias que conlleva a estimular el sentido crítico y a sensibilizar la mentalidad de las personas.



Entrevista aplicadas a colaboradores internos de Fundación Luciérnaga

Capítulo 1: surgimiento de Fundación Luciérnaga.

Fundación Luciérnaga es un uno de los pocos organismos que a nivel nacional son generadores de contenidos a través de productos audiovisuales, que apuesta a transformar realidades en Nicaragua utilizando estrategias de difusión de comunicación popular.

Para realizar esta parte del análisis se entrevistaron a dos de los colaboradores en Fundación de forma interna, las entrevistadas fueron Graciela Castillo, encargada del área de Comunicación y Wendy Paíz directora de la Fundación Luciérnaga.

Según las entrevistadas Fundación Luciérnaga surge a partir de MECATE (Movimiento de expresión Artísticas testimonial y campesina) en los años 80 quien se encargó de retratar el paso de esa época llena de acontecimientos revolucionarios que marcó la historia del país. “entonces así nació Fundación Luciérnaga con todos estos materiales grabados de la memoria histórica de Centroamérica en el transcurso de los 80´ y los 90´ también viene con la herencia de la comunicación comunitaria, del teatro comunitario y la expresión artística en general” mencionó Wendy una de la entrevistadas quien describió detalladamente facetas de la historia y consolidación de la Fundación tomando en cuenta aspectos claves en el proceso de estructuración organizacional.

Fundación Luciérnaga se agrupa en 1995 como ONG´s que lucha por incorporar material audiovisual a sus formas de trabajo, además de sus tácticas de abordaje en temáticas de conciencia social, por ejemplo, la elaboración de guías metodológicas para generar mayor y mejor impacto en su audiencia.

La Fundación además de ser una fuente generadora de medios audiovisuales, capacita y proyecta a otras organizaciones a utilizar su material para llevar a cabo campañas o planes estratégicos organizacionales. Desde su nacimiento se posicionó como un organismo que lucha por una comunicación alternativa, y



utiliza las herramientas que la misma comunicación proporciona, por supuesto la metodología que utiliza, es importante destacar que los fundadores de la Fundación fueron Félix Zurita y Nidia Bustos según las entrevistadas.

En la actualidad la Fundación cuenta con cooperación internacional, quienes financian los proyectos anuales que se desarrollan. Para una de las entrevistada Luciérnaga es una herencia de la comunicación popular que hacia MECATE para el tiempo de la revolución con un sentido de conciencia social.



Capítulo 2: misión, visión y ejes de trabajo de Fundación Luciérnaga.

Cada entidad posee un tipo de propósito que perseguir, para las ONG´s la misión y visión son las bases sólidas para plantearse y proyectarse ante ese mercado institucional, cada organización, o fundación debe establecer parámetros de trabajo, ejes institucionales, manuales de marcas y por supuesto planes estratégicos.

Fundación Luciérnaga como anteriormente se mencionó nace a partir de una etapa de muchos momentos claves que ahora están en la memoria histórica de un pueblo, debido a ello nace esta dedicación de retratar y reflejar situaciones reales a través de audio e imágenes mensajes de concientizar y sensibilizar a la audiencia.

Medio Ambiente, Genero, Soberanía Alimentaria, Niñez y juventud, Desarrollo comunitario son los ejes con los que trabaja la fundación desde que nació ,cada uno de estos aspectos son desarrollados y abordados según el plan estratégico anual y el presupuesto destinado, por ejemplo, una de las entrevistadas mencionó que en una ocasión trabajaron fuertemente con la temática de agua y saneamiento ,por lo tanto, todas sus tácticas fueron diseñadas para abordar y proyectar acciones positivas en torno a la temáticas o al eje de trabajo previamente planificado.

La misión y visión de Fundación Luciérnaga son las siguientes:

Misión: potenciar las capacidades de la sociedad nicaragüense, a través de las herramientas de Comunicación para el Desarrollo, en el ejercicio de una ciudadanía activa, crítica y propositiva que le permita afrontar y defender sus derechos económicos, sociales y culturales

Visión: Fundación Luciérnaga es reconocida como una organización especializada en Comunicación para el Desarrollo y activa en el acompañamiento a las organizaciones sociales en pro de la recuperación de la memoria histórica.



La Misión, visión y ejes de trabajo fueron mencionados por la Directora Wendy Paíz para darnos una mejor aproximación respecto al trabajo que realizan

Además de ser una Fundación que posee una fuerte convicción y confianza en los procesos de acción comunitaria que incorpora el paradigma de la comunicación para el cambio social, es una institución de apoyo a otros organismos que generan herramientas eficaces para prevenir y promover derechos humanos. Es interesante que la Fundación adopte el término de comunicación para el desarrollo en sus discursos, y a la vez utilice la teoría latinoamericana de cambio social.

Graciela Castillo una de las entrevistadas para esta investigación resaltó que incorporar y trabajar bajo el lema de comunicación para el desarrollo es una forma de llegar a la gente y reflejar situaciones donde los nicaragüense tiene que decidir en cuanto a problemáticas diarias, además, la misma gente reflexiona y se acerca a las problemáticas que se ignoran o simplemente no se quieren ver.

La entrevistada anterior coincide con su postura en lo que considera el teórico Beltrán (2005) quien define su teoría en un diálogo privado y público donde la población o los interesados son quienes deciden que les falta como hacerlo ,y adonde quieren llegar, porque su objetivo no es efectividad ,si no, inclusión y desarrollo individual que lleve al grupal, Fundación Luciérnaga desde que nació apostó a esa filosofía , a llevar procesos de cambios con la población y para la población, si antes lo hacía desde los teatros callejero ,ahora con sus producciones masivas de audiovisuales con temáticas sociales importantes que la sociedad casi siempre invisibilidad.

Tanto la UNESCO, la ONU y otros organismos internacionales han apostados a la comunicación para el desarrollo no solo como una estrategia, si no como una filosofía global donde todos deberían trabajar bajo ese paradigma de “renacer” de la comunicación, para muchos autores, la comunicación es una puerta de salvación ante la inminente exclusión social que viven muchos sectores de la sociedades mundiales.



Más que una fundación, es una instancia alternativa que tiene y pone a disposición saberes y materiales físicos para ser reproducidos con fines de prevenir y concientizar, en Nicaragua hay pocas organizaciones que trabajan con la comunicación para el desarrollo o para el cambio social, a pesar que es un enfoque transformador no convence y es obviado.

Una de las entrevistadas afirma que otras entidades ven a la comunicación para el desarrollo como un plus nada más, según la entrevistada la comunicación para el desarrollo no es vista como un camino para el cambio, si no, como una plataforma para vender ya sea marcas o en otras situaciones vender ideologías.



Capítulo 3: alianzas y vínculos de Fundación Luciérnaga con otros organismos.

La red estratégica de cada organismo es muy importante al momento de impulsar sus proyectos anuales, para Fundación Luciérnaga es indispensable establecer alianzas de cooperación o estratégicas que difundan y utilicen sus materiales audiovisuales con enfoques de promoción social.

Ambas entrevistadas coinciden que los aliados estratégicos son un punto clave al momento de diseñar planes de difusión, por ejemplo, los aliados estratégicos tiene como principal rol propiciar espacios de difusión con públicos metas, haya que destacar que fundación trabaja con organismos de base posicionados en diferentes comunidades del país, estas estrategias crean un tipo de red que teje el mensaje social y la temática con la que trabaja en ese instante la Fundación Luciérnaga.

A nivel regional la Fundación trabaja estratégicamente con organismos que apuestan a desarrollar sus planes anuales con la inclusión de audiovisuales en diferentes formatos para abordar temáticas sociales y concientizar sobre ellas , por otra parte, la fundación también cuenta con apoyo económico que ayude a llevar a cabo los proyectos y campañas formuladas para cada periodo de tiempo, para ello la entrevistada Paíz comenta que la cooperación extranjera es un pilar fundamental en la producción y financiamiento directo de presupuesto.

En Nicaragua la cooperación extranjera ha visto en Fundación Luciérnaga una propuesta innovadora que lleva como misión específica un cambio total utilizando al máximo las herramientas que le proporciona el amplio campo de la comunicación, a raíz de ello los que invierten en producción audiovisual en Nicaragua se limita a las ONG´s que tienen labor altruista y que por supuesto la inversión obedece a un determinado propósito social.

La existencia de la fundación ha llevado material de vivencias nicaragüense a muchas parte de Nicaragua, los mismos vínculos que se han creado con otras



organizaciones han hecho que las realidades puedan recorrer kilómetros y causar reflexiones de todo tipo, además de comenzar aceptar las situaciones de desigualdad como problemáticas que es difícil hablar de ellas, sin embargo, el audiovisual mismo es una pieza de apoyo muy enriquecedora.

Una de las principales características de la Fundación que deberían tener todas las organizaciones que luchan por estas causas, es su relación institucional y su disposición como agentes de promoción y cambio que apoya para la transformación en las comunidades la misma directora de la Fundación reconoce la efectividad de establecer vínculos de intercambios de saberes, materiales y filosofías.

Capítulo 4: aporte de los productos audiovisuales como herramientas en temáticas sociales para el cambio social.

Hablar de cambio social en la actualidad es muy difícil, porque engloba aspectos de la vida misma, es muy amplio pero a la vez es un paradigma que apuesta al cambio positivo en la sociedad. Muchas veces es difícil llegar a un público meta eficazmente, el mensaje se pierde, no hay alcance, se eligió erróneamente al segmento a trabajar, en fin hay muchos factores a considerar si se trabajará bajo esa cosmovisión.

Para las entrevistadas es muy importante incorporar los medios audiovisuales en los procesos de transformación social, una de ellas afirmó que “es verse en su propio espejo”, por lo tanto, aunque su producción asciende a costos muy altos, la efectividad para transmitir emociones y llevar a reflexionar a las personas es uno de los resultados que no todas las estrategias logran, uno de los beneficios que tiene utilizar herramientas audiovisuales es el poder de identificar y familiarizar a la audiencia, con situaciones reales contadas a través de historias, bajo cualquier formato desde la ficción hasta la realidad misma.



La sociedad Nicaragüense aún tiene mucha dificultad para construir mensajes de reflexión y promoción de derechos humanos. La mayoría de veces los temas con más urgencia para ser abordados en la agenda pública son minimizados y en otras ocasiones objeto de burla.

El rol que desempeñan los medios masivos es muy superficial optan por reflejar lo comercial, que genere sensacionalismo y morbo en la audiencia, los últimos años las temáticas que han sido abordadas de esa formas han sido de género, derechos sexuales y la misma juventud, aunque son temas delicados que debería darse un abordaje serio y ético, es todo lo contrario.

A diario se transmiten noticias donde exponen a la mujer como objeto sexual, o simplemente poco profesionalismo, de igual forma cuando se cubren casos donde están involucrados niños y niñas, es por ello, que la comunicación a un no ha podido alcanzar su objetivo como procesos de cambio social.

Por otra parte, es menester hablar de la cultura en Nicaragua ya que, es el reflejo de la situaciones que se viven a diario, el primer punto a destacar es la ausencia de valores y repetición de círculos de crianza equivocados, es importante considerarlo si se apunta al cambio social, el segundo punto es que en Nicaragua no hay interés por verse reflejado situaciones cotidianas en las pantallas, a pocos nicaragüense no les importan que está ocurriendo en la sociedad, la televisión extranjera esta tan posicionada en la mentes de ellos ,que vive una vida ajena, adoptan palabras dichos y decisiones que no tienen nada que ver con sus realidades.

La contribución que puede proporcionar un producto audiovisual no es mágica, los cambios no surgen de la noche a la mañana así lo confirma Graciela Castillo una de las entrevistadas, sin embargo, los productos audiovisuales son medios de apoyo para sensibilizar “que la gente aprenda de las experiencias de los personajes” destaca la entrevistada en su posición firme en cuanto a la utilidad de los reportajes, documentales, teleseries para abordar temáticas sociales excluidas.



Lograr que un producto audiovisual cause un tipo de impacto en las audiencia tiene que ver con la selección de la temática y el segmento a quien se quiere llegar, las entrevistadas mencionaban que para implementar campañas y cines foros del tema de nuevas masculinidades tenían que ser dirigidos a varones, ya sea de la zona rural o urbana del país, esto contribuye para que el mensaje se reflexione desde los papeles como parte de la sociedad y el rol que desempeñan.

La Fundación trabaja diferentes ejes temáticos a causa de ello, su línea se desarrolla en producir y difundir medios audiovisuales para la reflexión en comunidad, así lo afirman autores como Gumucio pionero en la comunicación para el cambio social, quien destaca la importancia del video como herramienta para generar dialogo horizontal en las comunidades.

Además de ser materiales de apoyo los medios audiovisuales también son alternativas de cambio pasar de lo tradicional a lo alternativo, la entrevistada castillo menciona que los audiovisuales no solamente son reflejos, también son herramientas de identificación y cuestionamiento, el espectador se pone en los zapatos del protagonista y se pregunta sobre la mejor decisión ante determinada situación, comienza la comparación y se alcanza la autorreflexión , este proceso es una característica que encierra esta herramienta en la implementación de programas sociales y filosofías de vida.

Fundación Luciérnaga además de apostar por el cambio social también incorpora el Edu entretenimiento bajo formatos de teleseries, documentales que contiene mensajes educativos, pero apegados a lo audiovisual.

Para los autores y especialistas en Edu entretenimiento, Igartua y Vega (s,f) combinar imágenes y sonidos para formas historias reales y que sirvan de ejemplo ante un público, es un estilo de cambio trascendental, aportar desde la comunicación audiovisual a los proceso educativos de enseñanza-aprendizaje a través de la vida misma, con personajes ,vocabulario, lugares nicaragüenses ,aunque a veces cuesta aceptar y ver las situaciones ,pero al final son parte de una nación, de un pueblo ,de una comunidad. La finalidad del Edu entretenimiento



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

no solo es reflejar lo real, su objetivo se supera cuando motiva a la reflexión colectiva y el saber popular.

Aunque los productos audiovisuales son muy útiles para abordar temáticas sociales, es importante mencionar que la producción de los mismos debe ser con suma cautela, recordar que miles y miles de personas lo miraran y se formaran opiniones, conclusiones en base a ello, además trata de fomentar una actitud positiva. Para crear un audiovisual enfocado en temáticas de índole social debe partir de la investigación etnográfica para conocer el día a día y los protagonistas reales en las problemáticas, mencionaba una de las entrevistadas.

Por su parte, el aporte de los medios audiovisuales en los procesos de cambio e incorporación de temáticas para la prevención y promoción en la sociedad es cada vez más alto y significativo, saber que hay más aliados en este camino lleno de trampas comerciales y deseducación, La incorporación del video viene aportar a la profesionalización e interés por los organismos internacionales para adoptar estas tácticas como propias de sus programas y modelos de desarrollo, difundir las experiencias de los países como propulsores de metodologías comunicacionales y educativas para el cambio social.



Capítulo 5: cines Foros como canales de difusión efectivos

Fundación Luciérnaga además de ser un organismo que pone a disposición contenidos audiovisuales con mensajes sociales, también se preocupa por asesorar y proveer a otras instituciones guías didácticas para abordar temáticas sociales relegadas con públicos determinados, es importante destacar la dinámica que tiene la fundación con respecto a sus canales de difusión y la forma como lo hacen, para los organismos es un pilar fundamental la interacción con otras instituciones y el tipo de relación que forman.

Cada modelo de trabajo posee sus formas de difusión, en esta ocasión Fundación Luciérnaga implementa los cines foros como métodos de divulgación y acercamiento eficaz con la población que se trabaja. Las entrevistas se mostraron de acuerdo al mencionar que la Fundación crea espacios de reflexión colectiva, la estrategia de cambio social no termina en la proyección del audiovisual, al contrario el abordaje correcto de las temáticas en base a guías y la reflexión crítica por parte de los participantes es uno de los objetivos que plantea la ejecución de los cines foros.

Una de las entrevistadas menciona que la implementación de los cines foros “nos permite retroalimentarnos de las reflexiones de la gente, de la interacción con nuestros públicos finales” por lo tanto, permite un involucramiento más cercano con el público que se dirigen, esta metodología es un punto a favor para cumplir con los propósitos de cambio social y comunicación para el desarrollo, según el Ministerio de Cultura de Colombia 2006 “el cine foro es una herramienta metodológica que facilita y enriquece el diálogo entre el espectador y la obra audiovisual” los cines foros son espacios que contribuyen en gran forma en la participación directa de los participantes, la interacción directa y las pautas se determinan en el momento, de esta forma se incentiva a la participación libre de opiniones formadas a raíz de una formación cultural, al llegar este tipo de espacios las personas expresan sus sentir y exteriorizan su propio mundo.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

“Debe ser algo capaz de mover al individuo para que adopte una nueva conducta; esto es, de provocar un efecto y producir un resultado” (Kaplún, 2002) este autor encuentra en la comunicación integradora formas de educar, los cines foros son acciones educativas que tienen un alcance masivo, aunque es posible que no cambie las vidas de los participantes si contribuye a despertar de la dominación mediática de cual es víctima la sociedad a todo instantes.

Kaplún es un autor y precursor de la Edu comunicación que nace a partir de la no aceptación y revelación de la educación bancaria y tradicional, a pesar que es un modelo de integración social, la Edu comunicación necesita comunicadores comprometidos con la comunidad con los saberes popular y por supuesto con ideales de cambio para el desarrollo, de tal forma los grupos focales son parte de la educación horizontal con énfasis en los proceso de crítica y enriquecimiento teórico practico. Los cines foros son propuestas innovadoras multidireccional el aporte de los mismos puede llegar a sorprender a quienes lo utilizan.

Encontrarse con experiencias de vida, con tabúes, emociones encontradas y revelaciones son aspectos de esta actividad, medir el impacto de los grupos focales se hace en base al tipo de aportes que hacen los participantes, cualifica cada emoción y comportamiento, por lo tanto, tomar en cuenta a los Cines foros para trabajar en las comunidades con temáticas de prevención es uno de los puntos claves en el impacto que se genere en torno a la solución de una problemática.



Grupo focal I

Capítulo 1: impresiones similitudes y diferencia entre las historias del video

Se realizó un grupo focal con 10 niños de sexto grado de primaria de 11 a 14 años en uno de los colegios de Fe y Alegría que tiene alianza con Fundación Luciérnaga, se seleccionó este grupo de niños porque el video que se les mostró es “Casa de muñecas”, un documental que presenta las causas y consecuencias de un embarazo a temprana edad, además, las dos historias se reflejan desde un ámbito rural y urbano respectivamente.

Los participantes estuvieron atentos al documental, las imágenes le llamaron la atención, a veces expresaban risas en las escenas del parto interpretándose como que sentían pena al respecto, también, algunos niños se tapaban la boca en señal de que estaban impactados por las imágenes, seguramente porque en sus familias no se abordan estas temáticas y siguen siendo tabú.

Según la OMS (citado por CANTERA, 2012) 16 millones de niñas entre 15 y 19 años dan a luz cada año, representando el 11% de todos los nacimientos en el mundo y un 95% de esos nacimientos se producen en países en desarrollo, Nicaragua encabeza los primeros lugares de la lista de embarazo en adolescentes a nivel Latinoamericano.

Para uno de los participantes “me pareció importante el video porque es muy triste que muchas chavalas salgan embarazadas” los niños expresaron sus emociones diciendo que se mostraban tristes al ver las situaciones de embarazo en niñas que habían interrumpido sus sueños y metas.

Las niñas señalaban que un embarazo provocaba en que sus proyectos de vida se vengán abajo “el video me pareció interesante porque nos ayuda a las chavalas a no cometer cosas malas”. El documental “Casa de muñecas” es un material de



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

apoyo que sensibiliza a la audiencia a darse cuenta que es mejor prevenir embarazos para evitar que las metas de ser profesionales se vean terminadas.

Los participantes son valorados como niños en riesgos del centro educativo de Fe y Alegría, lo cual, los cataloga en situaciones vulnerables, por ejemplo, todos opinaron que en su comunidad o su familia existían casos de embarazos precoces, por lo que de alguna forma normalizan estas acciones, sin embargo, se mostraron tristes al ver las escenas, seguramente porque el mismo centro los ha venido concientizando al respecto.

Los participantes pudieron notar las diferencias y similitudes de las dos historias, Migdalia y Luz Marina de 14 años de edad protagonistas de la historia.

Entre las similitudes que ellos detectaron figuran: “se parecen en que a una se le podía morir el bebé y a la otra casi se le viene” la mayoría de las opiniones son en base a los riesgos físicos que las adolescentes pasan durante y después del embarazo poniendo en peligro las vidas de ellas, las estadísticas generales señalan que las menores de 16 años corren el riesgo de exponer su vida o la del bebé cuatro veces mayor que una mujer de 20 a 30.

Además los niños y las niñas percibieron que después de dos años la actitud de las madres adolescentes había cambiado y adoptaban el rol como mujeres mayores de edad. “Ya pensaban en trabajar para mantener a su hija”

Se detectaron más diferencias debido al ambiente socio cultural ,ya que, la historia de Luz marina se desarrolla en un ambiente urbano, con una madre soltera que procreo a 6 hijos y sufrió abandono, la muchacha tenía a su pareja que se hizo cargo de ella, mientras, que Migdalia una niña del norte del país que fue embarazada y su pareja se fue con otra mujer, de una familia de escasos recursos y con unos padres que por las condiciones geográficas no la acompañaron al momento del parto.

El centro de Comunicación Popular (CANTERA) en su material acerca de “Reflexiones sobre el embarazo en adolescentes y jóvenes” dice que: “el enfoque del problema del embarazo adolescente no termina en aprender métodos



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

anticonceptivos, sino en la educación sexual integral y el desarrollo personal de las y los adolescentes” .Obtener información sobre educación sexual y reproductiva responsable a veces no es tan fácil ,los prejuicios sociales y los tabúes han provocado que los adolescentes sienta vergüenza; por lo tanto , resulta más difícil para el joven exponerse a ese tipo de situación.

Es importante señalar que aunque los ciudadanos digan que está saturado de información acerca de los métodos anticonceptivos para la prevención de embarazos, las metodologías que se están utilizando no son las adecuadas porque no está llegando de forma clara al público, y las que se utilizan no rompen con los tabúes por lo cual se siguen repitiendo los mismos modelos.



Capítulo 2: riesgos, causas y consecuencias del embarazo en la adolescencia

El embarazo en adolescentes acarrea riesgos causas y consecuencias que se evidencian en el documental, los participantes detectaron riesgos relacionados al peligro que corre la madre adolescente al momento de dar a luz.

Uno de los participantes dijo que “El embarazo es la puerta a la pobreza porque impide a los jóvenes a cumplir sus metas” ya que Luz Marina decía que iba a seguir estudiando aunque tuviera una hija, cuando existe deserción escolar se limita la calidad de vida porque no pueden ejercer un trabajo profesional y sus ingresos económicos depende de una figura masculina, en otros casos las madres de las adolescentes asumen la responsabilidad.

CANTERA dice que: “Además de ser un problema de salud pública, psicológico, social y económico; el embarazo en adolescentes tiene otra dimensión: expresa relaciones de género que favorece la desigualdad y la exclusión y contribuye a reproducirla”. El embarazo en la adolescencia es holístico porque apunta a diversos aspectos en la vida del ser humano, por lo consiguiente las relaciones de poder vienen a cobrar más peso en estas situaciones. Por ejemplo los adolescentes que inician su vida sexual de forma precoz aumentan la probabilidad de pobreza y exclusión social por no seguir con sus estudios, a esto hay que agregarle que como no tienen edad para trabajar tienen que depender económicamente de su pareja, por lo tanto, comienza la manipulación y los juegos de poder económico.

Entre las consecuencias que se pueden citar figuran el aumento de las condiciones de pobreza, deserción escolar, entrar en ciclos de violencia y el no utilizar métodos anticonceptivos haría que las madres adolescentes sigan teniendo hijos sin planificarlos aumentando así la tasa de natalidad, además en sentido económico tendrían gastos extras porque invertirían en insumos para el bebé.

Los participantes concuerdan en que el embarazo hace que las metas y los sueños que tienen de su vida se vean truncados, los niños manifiestan compasión



al ver que ellas no pudieron realizar sus sueños de seguir estudiando. Por otro lado se les pregunto a los participantes sobre sus proyectos de vida, la mayoría respondieron que ya tenían un plan de vida; cumplir con sus metas académicas es una de las prioridades en las mentes de ellos se ven cumpliendo sus proyectos de vida.

Capítulo 3: importancia de proyectar productos audiovisual en la prevención de embarazo en la adolescencia

En este capítulo se desarrollara aspectos importantes en cuanto a la importancia de utilizar medios audiovisuales para concientizar a la población sobre temas excluidos de la agenda pública, en este caso se destacara los lazos emocionales y vivencias reales que puede lograr la difusión y correcto abordaje de una temática en específico.

Después de proyectar el documental las niñas dijeron que les servía para prevenir embarazos y los niños reconocieron la responsabilidad del hombre al momento de embarazar a una adolescente. Asimismo, se mostraron atentos en todas las escenas que se presentaron, captaron mayor atención en las escenas de parto y se vio un mayor vínculo con respecto a las dificultades que presento Migdalia.

En las aulas de clase se utiliza muy poco el video como material de apoyo, con la presentación del documental “casa de muñecas” se captó la atención de los niños y niñas y así lo recalca la profesora del grupo, “mezclamos el entretenimiento con la educación para influir la formación de conceptos en los niños y niñas”.

Los docentes reconocen la importancia de incorporar herramientas audiovisuales ya que a través de las imágenes proyectan mejor la información “Actualmente en nuestra comunicación educativa vemos utilizar cada vez más y con mayor entusiasmo las películas los videos, etcétera” (Kaplún, 2002). También el alcance



de las nuevas tecnologías hace que los formatos educativos se transformen en nuevas invenciones.

Por otra parte, los medios audiovisuales desde que las nuevas tecnologías se han esparcido en la sociedad han tomado mayor fuerza. El papel de los audiovisuales se ha convertido más atractivo a los modelos de enseñanzas haciéndolos interactivos y dinámicos, depositando así la confianza desde los centros educativos para un mayor alcance de la Educación. Las organizaciones sociales están apuntando al uso de los videos para influir en los cambios de comportamientos de su público.

Hay que destacar que son estrategias para el cambio social y de comunicación para el desarrollo se confirmó con los documentales que Fundación Luciérnaga proporciona, ya que, en los grupos focales se encontró con niños que se ven impactados con los temas pero, a la vez están familiarizados con las temáticas, ya sea por su entorno familiar o en la comunidad.

También hay que decir la aceptación de estos recursos audiovisuales por parte de los alumnos, cada participante de este grupo focal manifestó estar de acuerdo con la implementación de videos para mejorar el aprendizaje en las aulas de clase, enfatizaron en lo dinámico e interactivo que es ver video y a la vez aprender.

La implementación de los productos audiovisuales en los colegios como métodos y herramientas de aprendizaje viene a fortalecer la currícula educativa. El abordaje de temáticas sociales se vuelve más consiente cuando se auxilian de estos productos. Actualmente en la sociedad hay mucha desinformación, los medios masivos de comunicación no ejercen su labor de educar, por ende, el sentido social de promoción y defensa de los derechos humanos se ve amenazado, entonces, la salida perfecta es utilizar la comunicación alternativa para el cambio social se debe hacer desde los colegios. Para concientizar y cambiar comportamientos primero debe hablarse de las problemáticas reales que suceden en cada barrio o comunidad.



Grupo focal II

Capítulo 1: impresiones sobre el video, similitudes y diferencias en las historias

La adolescencia es el periodo donde el ser humano es más vulnerable a tomar decisiones equivocadas, Debido a los cambios emocionales y físicos que atraviesan. Es sin duda una etapa muy complicada donde la familia tiene que jugar un papel fundamental en la formación integral. El embarazo a esta edad se presenta como un obstáculo y cambio drástico en los estilos de vida tanto del varón como la mujer.

El embarazo en la adolescencia es uno de los temas que la sociedad tendría que poner mayores esfuerzos para dialogarlos de manera correcta. Es alarmante encabezar las listas de países a nivel latino en cifras de niñas embarazadas, sin duda alguna, las políticas públicas y de salud en el país es uno de los principales agente que influye para que estas cifras sigan en aumento.

Asimismo, las doctrinas impuestas en la sociedad, los tabúes y falta de vínculos amorosos en los hogares han propiciado estas situaciones en Nicaragua. Cada núcleo familiar se compone por miembros que juegan papeles importantes en el desarrollo y formación de los individuos, sin embargo, la responsabilidad en estas situaciones recae en las madres y padres de familias. Por años se ha tratado de encontrar la manera efectiva de llegar a las y los adolescentes para prevenir embarazos, los esfuerzos no han generado resultados positivos, los porcentajes los reflejan.

Los embarazos a temprana edad es uno de los temas que deberían ser conversados en cada familia, asimismo, los medios de comunicación deben aportar orientando a los jóvenes mediante el abordaje correcto sin morbo y sensacionalismo.

Los argumentos que se mencionaron anteriormente fueron elementos que se tomaron en cuenta para iniciar el proceso investigativo, por lo tanto, a continuación



se describe e interpreta el análisis de un grupo focal en torno a la temática de embarazos en los adolescentes:

El grupo focal se realizó con estudiantes que cursan el segundo año de secundaria del turno vespertino en el colegio Oasis de esperanza, contó con la participación de cinco estudiantes, los cuales son habitantes del barrio Acahual inca, sus edades oscilan entre 14 y 16 años.

En el grupo focal se preguntó a los participantes sobre las emociones que había despertado en ellos el audiovisual presentado, quienes se mostraron muy emotivos al responder. En la mayoría de participantes despertó emociones de tristeza por la situación de embarazos en la adolescencia que hay en el país, creyeron que es una problemática complicada para las jóvenes y que ellas son las principales víctimas.

De igual forma, manifestaron conocer casos parecidos de embarazos adolescentes en sus barrios y familias, por lo tanto, cada uno de los participantes identificaron esa situación como una problemática social que va en aumento. Uno de los participantes agregó a manera de reflexión “que dan pesar esas dos muchachas, no saben a lo que se metieron con dos niños la otra medio le ayudaba su mamá y la otra no, por la casa hay docenas”. La implementación de herramientas audiovisuales para prevenir en los colegios es de suma importancia, en este grupo focal se evidenció el impacto y la sensibilización por parte de los participantes al ver reflejada situaciones reales y después compararlas con sus vidas y entornos.

Gracias a la técnica de observación que se levantó en el grupo focal se constató los gestos que provocó la proyección del medio audiovisual, algunos participantes en ocasiones se tapaban la boca en señal de asombro, otras veces, se reían por los diálogos e imágenes y en otras ocasiones se cubrían los ojos, es curioso que los participantes tuvieran esas reacciones, ya que, según la docente ya habían visto otros documentales parecidos. Se infiere que los participantes reaccionaron de esa forma porque aún en las familias no se abordan esas temáticas de forma



natural y constante, las adolescentes no conversan sobre esos temas con su mamá o en familia. La sociedad nicaragüense es muy tradicional y aun esconde ese tipo de temas con sus hijos e hijas.

Con respecto a la burla y risa que manifestaron los participantes se atribuye a la exclusión y marginación que hay en la sociedad para ciertos grupos sociales. Hay que destacar que los participantes tenían conocimientos previos de métodos anticonceptivo pero le fue incomodo hablar sobre ello.

Una de las diferencias que se evidencio en la implementación de los dos grupos focales con temáticas de embarazo en la adolescencia fue el rango de edades, ya que, los participantes de secundaria opinaban con más propiedad en la temática en cambio el otro grupo fue tímido en cuestión de respuestas.

A través de este grupo focal los participantes varones reflexionaron sobre el papel que juegan en estas situaciones y se incluían como responsables de abandono en situaciones de embarazos en la adolescencia, de alguna forma hubo un auto culpa.

También se destacó el inicio prematuro de la vida sexual entre adolescente, y la falta de confianza para obtener y utilizar métodos anticonceptivos.



Capítulo 2: causas y consecuencias del embarazo en la adolescencia

Los participantes se mostraron atentos al momento de proyectar el documental, pero cuando se inició el periodo de dialogo colectivo se mostraron más relajados y sonrientes ante las opiniones de los demás.

A través del producto audiovisual se identificaron las causas y consecuencias del embarazo a temprana edad, para uno de los participantes “Difícil encontrar trabajos por lo que son menores de edad, y no son preparados ahora y más que ahora no puede hallar trabajo si no es bachiller” destacó que la falta de ingresos económicos es la principal consecuencia que interrumpe los sueños y proyectos de vida en las adolescentes. Para la mayoría de participantes los ingresos económicos en una familia fue uno de los elementos que tuvo más peso, esto se debe que los participantes provienen de hogares donde las condiciones económicas son bajas o media, por lo tanto, los participantes reflexionan sobre las situaciones de desigualdad y las necesidades que surgen a raíz de un embarazo en la adolescencia.

Se generó opiniones entre los citados al grupo focal sobre las limitaciones tanto económicas como sociales que se exponen las adolescentes. Es un avance en la sociedad lograr que adolescentes hablen sobre temas sociales que se deben reforzar en los colegios y familia.

Identificar los factores que propician embarazos en los adolescentes es mucho y diferente, cada uno coincide con los círculos sociales en los que se desarrollan los seres humanos. La cultura influye en gran forma en los adolescentes, para muchos es casi una regla tener relaciones sexuales con su pareja independientemente de su edad. Los métodos anticonceptivos no son opciones, ya que, por el “miedo” al qué dirán o que su familia se entere de sus actos podría ser descubierta por eso el uso de los anticonceptivos son minimizados, por no decir nulos. El derecho a tener una sexualidad plena y responsable está siendo desviado por estigmas socio-culturales.



Las preguntas indicadas en pleno siglo XXI son ¿Qué quieren los jóvenes y adolescentes de la sociedad y la familia? ¿Cuáles son las formas para llegar a esta población?, tal vez son preguntas que muchas personas, instituciones y organismos se hicieron pero todavía no hay métodos para lograrlos. Una de las principales dificultades de los jóvenes en Nicaragua es imaginar un proyecto de vida, verse con una carrera profesional ,en condiciones estables con una mejor calidad de vida, por lo consiguiente, al carecer de esos ideales es fácil optar por decisiones erróneas.

En un país cuando sus jóvenes y adolescentes no están motivados, no creen en utopías y las ganas de lograr un desarrollo integral es poco, las consecuencias son obvias; aumento de pobreza, embarazos precoces, deserción escolar, delincuencia, violencia de genero etc.

Los proyectos de vida son el pan de cada día de una juventud empoderada, no obstante, estos proyectos de vida en ocasiones se ven derrumbados y es difícil volver a creerlos. Los embarazos precoces son situaciones repetitivas debido al entorno familiar, para muchas madres y padres de familias no es raro que su hija de doce años salga embarazada, aunque uno de los participantes opinó “Se puede prevenir si la mama la aconseja y ella le explica lo que le sucedió a ella cuando estuvo a su edad y le da consejo para que no salga embarazada si se puede prevenir” tomando en cuenta la relevancia de esta opinión, el papel de los padres de familia se vuelve clave en la orientación de los hijos, pero aún más, los sueños y proyectos de vida de las adolescentes.

En muchas ocasiones es difícil descifrar lo que los hijos esperan de la familia, pero la mayoría de veces solo requieren más atención y acercamiento emocional, que sean parte de sus realidades y compartan experiencias como lo manifestaba el participante en el párrafo anterior.

La sociedad debe incentivar a una educación sexual responsable que contribuya en la prevención de los embarazos en la adolescencia, la visión de los proyectos de vida mediante la planificación familiar no solo depende de los adolescentes.



La Secretaría de Educación Pública en México, en su investigación sobre embarazos en adolescentes (2012) indica la salud sexual y reproductiva tiene que ver con la integralidad de la educación formal emitida por el sistema educativo, con la información y proveniente de su vínculo familiar. Por lo tanto, la educación sexual responsable es un punto importante a desarrollarse en las aulas de clase, excluirlo es un error en cuanto a la formación del individuo, además, las familias tienen que romper con los miedos entre padres e hijos y solo se logra con el acercamiento afectuoso y comunicación asertiva.

En definitiva, tanto la familia como las escuelas juegan roles importante en la construcción de entornos sociales y emocionales en la vida de los adolescentes, ambas entidades deben ser motores de inspiración y modelos a seguir, es por eso que las estrategias de prevención de embarazos precoces debe comenzar y dirigirse a los vínculos familiares y núcleos educativos.



Capítulo 3: importancia de los productos audiovisuales enfocados en temática sociales

Las nuevas tecnologías han obligado a la formas de educar incluir formatos que contribuyan al aprendizaje de los individuos. La educación se ha visto en una “revolución” metódica donde ha tenido que buscar propuestas vanguardistas para no caer en lo obsoleto. Incorporar el feedback en las aulas de clase viene a reinventar el papel del estudiante en su rol pasivo, lo transforma en una fuente generadora de información basada en sus conocimientos en tendencias tecnológicas educativas.

El proceso de educación horizontal con énfasis en los procesos y contenidos apunta a la implementación de recursos y herramientas didácticas actuales para transmitir conocimientos. La era de los Millennials rompe los esquemas previamente establecidos, los videos en youtube son infinitos, las formas de aprender viendo ha superado las expectativas; atrapar la atención del estudiante es un reto para los docentes.

La misma sociedad se ha vuelto más exigente en cuestión de aceptar o disentir sobre la información que circula, las personas ejercen el papel de emisor y receptor a la misma vez, por lo tanto, la migración de los medios audiovisuales en formatos de video a la educación ha resultado muy aceptada y beneficiosa.

Para los consultados en este grupo focal les pareció indispensable abordar temáticas a través de un documental, destacaron el impacto que provocan esas imágenes y el grado de identificación que tienen, una de las participantes expreso con sus propias palabras “Bien, porque así ayudan a las adolescentes en entender muchas cosas, a que piensen antes de hacer las cosas” esto viene a reforzar que la educación de la mano con la comunicación, puede lograr cambios significativos en la mentalidad de las personas a cerca de problemáticas sociales de gran relevancia, por ejemplo en esta ocasión la prevención de embarazos en la adolescencia.



Otro punto a favor de este método Edu comunicativo es la línea de las CAP que viene a incluir al individuo no solo en lo educativo, si no, que lo traslada a ser protagonistas de vivencias reales, tratando de moldear comportamientos y prácticas, pero primero formando una actitud positiva y crítico.

La Edu comunicación es una alternativa que engloba procesos de interacción en conjunto, rescatando valores inherentes en el ser humano. A pesar del valor de la educación, los medios de comunicación también son propulsores de normas que invitan a convencer o resistir los mensajes.

Por su parte, el Ministerio de Salud Pública en Guatemala enfatiza que Los medios de comunicación utilizan la sexualidad para vender productos así como la difusión de mensajes y modelos que impulsan a las y los adolescentes a tener conductas de riesgo, en comparación con la situación que se vive en Nicaragua los Mass Medias tienen mucha tela por cortar en estas temáticas. La publicidad desmedida y la carrera por vender a llevado a que las grandes industrias se inclinen por obviar temáticas sociales y optar por los ingresos económicos exorbitantes acuesta de un pueblo aquejado por pobreza y desigualdades.



Grupos focal III

Capítulo 1: impresiones y emociones sobre el audiovisual “Muy machos”

En el grupo focal que se hizo con cinco varones entre las edades de 21 a 26 años, se presentó el video de la guía didáctica ¡Muy Machos! producido por Fundación Luciérnaga, cuyos temas centrales son la violencia de Género, las enfermedades de transmisión sexual y machismo, con el objetivo de cuestionar las conductas de los hombres y desmitificar en cuanto a relaciones de poder.

El grupo focal se realizó con varones porque es una variable de estudio, además porque el video encerraba temáticas enfocadas a este género, asimismo, cada participante posee estudios universitarios. Se dirigió a este tipo de población porque en la metodología de la investigación se estipuló trabajar con ese público meta, además, los mensajes están destinados hacia varones de las diferentes esferas sociales.

La metodología del grupo focal consistió en la proyección del documental ¡Muy Machos! Seguido de una pregunta de introducción a la temática. A los participantes se les pregunto ¿Por qué soy Hombre? Algunos respondieron en base a su posición y rol que juegan en la sociedad, en cambio otros contestaron en base a sus formas de crianza en sus hogares.

Hay que destacar que las respuestas de los participantes estuvieron sujetas a la forma en como la sociedad asigna el rol del varón en base a la familia, la mayoría de los entrevistados le atribuyó su Género a sus características fisiológicas, en cuanto otros destacaron que ser hombre es una cuestión de estereotipos que impone la sociedad y que la familia fomenta desde muy pequeños.

Para uno de los participantes ser hombre es “Bueno soy hombre porque desde el seno de mi familia me han inculcado el significado de esa palabra lo cual debe llevar valores responsabilidad y honestidad” esta respuesta reafirma el papel que juega la familia en formar opiniones e imaginarios colectivos en los seres



humanos, por lo tanto, la familia es el núcleo de formación integral y fundamentales del individuo para fomentar la equidad de Género y las nuevas masculinidades como modelos a seguir.

Los participantes expusieron que sintieron enojo e impotencia al mirar que la escena donde Chico Golpeaba a Merche y además recalcaron en que si miraban una acción similar, ellos iban a actuar para detener el abuso.

En el grupo focal uno de los participantes vivió abuso en su niñez y esta fue su expresión: “fue como verme en un espejo porque creo que no solo mi familia si no muchas personas pasan por eso, al mismo tiempo que yo veía como maltrataban a una mujer, pues yo también sentía ese deseo, rabia y ganas de actuar con violencia contra aquel que estaba haciendo daño”

“la violencia es una herencia que se transmite de una generación a otra, es un comportamiento socialmente aprendido” (Carrasco, 2016). Es decir que se utiliza la fuerza física y el poder psicológico para lastimar o hacer daños físicos a otras personas, la violencia en el país es un tema que no se aborda de manera adecuada, las posiciones de poder y la normalización de las misma han hecho que se replique constantemente ya sea en las zonas rurales o urbanas.

Es importante señalar que los participantes también mencionaron las consecuencias legales del maltrato familiar y que el ciclo de la violencia es muy difícil de romper ya que las manifestaciones de agresión y maltrato hacia las mujeres es cada vez más evidente.

Para Carrasco (2016) las masculinidades configuran y norman actitudes y comportamientos de los hombres, sus expresiones más concretas son el machismo, la misoginia, la violencia contra las mujeres y la homofobia) este es un modelo que se ha venido arrastrando desde que se les enseña a los niños a no llorar y a mandar a sus hermanitas, lo que se traduce en años después como violencia hacia las mujeres a causa de un estereotipo de género.



Se puede inferir claramente mediante la técnica de observación que los participantes se conmovieron con algunas escenas del video, por ejemplo, cuando los actores estaban involucrados en escena de violencia física, debido a que uno de los participantes vivió violencia en su niñez y los otros crecieron en familias que les enseñaron a no maltratar a las mujeres.

También, hubo risas y burlas por parte de los participantes cuando en una escena uno de los actores pretendía montar un toro en su papel de hombre en la sociedad, esta reacción se interpreta como una característica propia del hombre en su papel de dominante, aunque a los participantes les pareció cómico, la imagen del hombre en sus conquistas amorosas.

Asimismo, se mostró un silencio se cree que es debido a la reflexión, ya que, en las últimas escenas el protagonista fue llevado a un proceso judicial, por la denuncia impuesta por su pareja a causa de la violencia de genero. Los participantes mencionaron que fue consecuencias de las malas decisiones y errores que se habían cometido.

La violencia de género es una temática difícil de abordar porque si no se le da la orientación precisa y el mensaje se confunde no habrá resultados positivos, es importante incentivar a la convivencia mutua entre pareja para no caer en los círculos de violencia. En la actualidad muchos organismos a nivel nacional e internacional están abordando y trabajando en base a la construcción del tema de nuevas masculinidades que pretende descubrir y plasmar en la sociedad el papel del varón como un ser sociable que no depende de su posición fisiológica para imponerse ante los demás.



Capítulo 2: el rol de la familia y la comunidad en situaciones de violencia de Género

En el video ¡Muy Machos! se presenta un centro de violencia que ayuda a las mujeres en situaciones de riesgo o que hayan vivido violencia, para brindarle asesoría jurídica y psicológica.

Les preguntamos a los participantes cual había sido el rol de la familia y todos concuerdan que es un rol fundamental ya que son ellas las principales forjadoras de valores, es la familia quien tiene el poder de denunciar a los agresores “el rol que juega la familia en cuanto al maltrato es importante, porque violencia genera violencia” manifestó uno de los participantes, quien alude al ciclo de violencia que se viven en los hogares además que si un niño normaliza la violencia el también repetirá estos patrones.

Carrasco determina que: la violencia es una herencia que se transmite de una generación a otra, es un comportamiento socialmente aprendido” por lo que, los participantes afirmaron que si desde la familia vivían violencia la raíz de ella va a permanecer siempre allí.

Por lo cual es sumamente importante que se involucren sectores sociales como Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), ya que, Según el Centro de Comunicación y Educación Popular CANTERA Nicaragua “Desde 1990 en Nicaragua Surgieron inquietudes en algunas ONG y grupos de hombres y mujeres a acerca de la necesidad de transformar estereotipos masculinos prevalecientes en el país, los que se consideraban reforzados en sentido negativo tras una década de guerra civil [...] surgía una necesidad de crear una cultura de paz y de no violencia ”

Los participantes valoran el involucramiento de las organizaciones aportando que: “con respecto a las ONG's deberían de trabajar no en infundir miedo a los hombres sino en tratar de cambiar la forma de pensar para que no siga sucediendo porque sería lo mejor”, la sociedad valora el trabajo de instituciones



que velan por el goce y disfrute de los derechos humanos. Organizaciones como la Fundación Luciérnaga han puesto el interés en crear herramientas que faciliten el desarrollo social de los individuos mediante un proceso educativo.

Es necesario que las ONG's apoyen el crecimiento y bienestar de las familias y trabajen para crear mejores masculinidades y romper estereotipos que atacan la cultura de paz de los ciudadanos de este país.

Organismos como Fundación Luciérnaga se han preocupado por proporcionar herramientas educativas que contribuya al cambio de comportamiento en la población, llevando hasta las comunidades mensajes de prevención y promoción de derechos humanos. Sin embargo, aunque los objetivos de las organizaciones sean producir un tipo de impacto, su labor se limita en la gestión de recursos técnicos y metodológicos orientados a facilitar procesos de inclusión y dialogo colectivo.

Para la mayoría de entrevistados la familia es el “pilar” fundamental para iniciar el cambio, aunque las organizaciones implementen estrategias, se puede interpretar que la concepción de los entrevistados con respecto al rol de la organizaciones se debe a que su formación es tradicionalista, su crianza depende mucho de lo aprendido en su familia, el involucramiento de las misma organizaciones se percibe como secundario o complementario.



Capítulo 3: importancia de utilizar recursos audiovisuales para abordar temáticas de Género.

Fundación Luciérnaga utiliza videos con enfoque social porque considera que es una forma de llevar un mensaje claro hasta el público de las realidades nicaragüenses e historias que no son contadas a través de los medios masivos de comunicación

Fundación Luciérnaga presenta el video como "un video educativo no solo te enseña algo nuevo, si no que da la oportunidad de pensar , de abrir la mente a otras situaciones distintas a la aprendida , de ver a las mujeres y a los hombres como sujetos activos y capaces de transformar las realidades injustas que les rodean"

A esta afirmación se unen las opiniones de los participantes del grupo focal que aplauden el uso del video para concientizar y educar "es una herramienta de apoyo así refleja y nos hace pensar la situación en la que hemos estado involucrado tanto directa como indirectamente, es fundamental para ayudar a cambiar la mentalidad de algunas personas".

El uso de estos medios audiovisuales repercute en las emociones del público, los identifica y también hace que repudien algunas acciones que están mal, otros participantes señalaron el papel que juegan los medios de comunicación para educar o deseducar sobre temáticas sociales e incluso implantar estereotipos "los medios de comunicación tiran las problemáticas sociales como publicidad para fomentar machismo y no de una forma de concientizar más claro y preciso".

Según la colección de audiovisuales sobre Derechos Sexuales y Reproductivos: "los estereotipos son ideas, prejuicios, creencias y opiniones preconcebidas, impuestas por un medio social o la cultura que se aplica de forma general a toda persona perteneciente a la categoría a la que hace referencia". En la actualidad la televisión se encarga de repetir roles de género y de naturalizar la violencia, por



lo que es necesario incorporar herramientas que ayuden a educar y entretener al mismo tiempo.

Para Tufte: “El edu-entretenimiento consiste en la utilización de formatos mediáticos y comunicacionales de entretenimiento con fines educativos” analizándolo de forma simple la comunicación es la principal fuente para obtener cambios de comportamientos, tal como lo reflejan los participantes, añadiéndole que los videos son el reflejo de sí mismo y de las realidades que ocurren en comunidades.

La forma en que se narran las historias y la unificación de mensajes sociales hace que el público visualice las situaciones que ocurren a su alrededor y reconozca la importancia de plasmarlo para generar un sentido crítico y de conciencia.

Para los participantes fue muy útil tomar en cuenta a los audiovisuales para conversar sobre temas sociales que ameritan su abordaje, cada uno destaca que son piezas que llevan a la concientización y ver imágenes cercanas a su vida cotidiana, mostrar paisajes y actores nacionales hace que los participantes sientan proximidad con las situaciones.

Por otra parte, uno de los entrevistados recomendó que el uso de los audiovisuales se debe hacer pero con un mensaje claro, para no caer en interpretaciones erróneas, debido a que la televisión puede fomentar machismo y crear estereotipos. Gutiérrez (1981) afirma que la televisión enamora al espectador a través de una realidad falsa, por lo tanto, la elaboración de un material audiovisual debe ir destinado a una sola temática de fácil comprensión.

Los participantes recalcaron que los medios audiovisuales son material de apoyo; sin embargo, cambiar problemáticas con solo ver videos es muy difícil, pero los procesos de cambios comienzan con incluir los temas excluidos. Aunque los cambios no se definen por ver medios audiovisuales, si es importantes incluirlos en estrategias para generar dudas, críticas en determinados grupos, en este caso



los colegios son espacios adecuados para implementarlos. Los productos audiovisuales contribuyen en el abordaje correcto de temáticas sociales, la estrategia no solo consiste en presentar el audiovisual, al contrario, es solo la primera fase, la conversación y dialogo viene después partiendo desde las vivencias y puntos de vistas de los involucrados.



Conclusiones

Es indudable que en pleno siglo XXI las imágenes están teniendo mayor peso en las mentes de las personas, el impacto que generan es casi instantáneo. Los seres humanos se están comunicando mediante imágenes y sonidos, los videos se han convertido en una alternativa que entretiene, educa, informa, pero en otros casos, influye en la desinformación, adopción de antivalores y prácticas negativas en la vida diaria.

Los productos audiovisuales son herramientas por excelencia cuando se quiere abordar temáticas específicas para sensibilizar y promover buenas prácticas y valores. A través de la realización de esta investigación se pudo constatar la importancia de los mismos y el papel que juegan en los diferentes ámbitos de la sociedad nicaragüense.

Por medio de esta investigación se pudo llegar a las siguientes conclusiones donde se destaca el rol que tienen los productos audiovisuales en el campo de la comunicación:

- ☞ Por medio de las entrevistas realizadas a expertos en producción audiovisual, coordinadores de ONG y colaboradores internos de Fundación Luciérnaga se logró analizar el impacto e importancia que tienen los medios audiovisuales como recursos de apoyo para sensibilizar y promover valores. Utilizar recursos audiovisuales radica en la metodología y los objetivos que se quiere lograr, asimismo, el tipo de público meta y las temáticas que se abordan. Los entrevistados para esta investigación afirmaron la autenticidad y eficacia que tiene los productos audiovisuales como materiales de apoyo para dialogar temáticas con enfoque social.



- œ De igual forma, se logró investigar sobre los productos audiovisuales que cuenta Fundación Luciérnaga y a la vez describirlos. Fundación Luciérnaga posee variedad en producción audiovisual; desde documentales hasta teleseries, y radionovelas que han sido producido en conjunto con la Productora Alba Films, los entrevistados destacaron que los productos audiovisuales de la Fundación son materiales destinados a reforzar metodologías eficaces de Comunicación para el cambio social, cada uno de los documentales reflejan realidades nacionales enfocadas a concientizar y sensibilizar a la población. Cada material audiovisual contiene panoramas nacionales y actores que interpreta las realidades sociales. Los entrevistados coincidieron que los documentales son recurso para proyectar y causar mayor incidencia en los públicos seleccionados, así se evidenció en los grupos focales realizados para esta investigación donde se proyectó el documental Casa de Muñeca y Muy Machos.

- œ El documental Casa de Muñeca el cual fue utilizado para los grupos focales en esta investigación tiene como tema principal los embarazos a temprana edad, incluido en los ejes de Derechos Sexuales y reproductivos , por lo tanto, se logró identificar reacciones donde los participantes se identificaron con las historias, y se conmovieron con la realidad nicaragüense.

- œ Se logró evidenciar el impacto que tiene los medios audiovisuales en estrategias de comunicación para el cambio social. Los entrevistados destacaron que los recursos audiovisuales son materiales de apoyo en la difusión de mensajes de prevención en temáticas con enfoque social, asimismo, su aporte en el campo de la comunicación.



- ∞ Se demostró el impacto de los productos audiovisuales a través de las técnicas de recopilación de datos que se implementó, ya que, los participantes destacaron la importancia en utilizar este material de apoyo, además, la efectividad que tienen para transmitir mensajes es alta.

- ∞ Se logró producir la propuesta planteada para esta investigación que consistía en elaborar y producir un producto audiovisual, en este caso, se realizó un Spot televisivo enfocado en la temática de nuevas masculinidades. Este Spot sirve como recurso de apoyo para abordar temáticas referentes a Género en la sociedad, asimismo, contiene un mensaje positivo que llama a la desmitificación de estereotipos.

Hay que destacar que se lograron alcanzar todos los objetivos que se plantearon para realizar este proceso investigativo.



Recomendaciones

A Fundación Luciérnaga:

- ☞ Seguir apostando por la comunicación para el desarrollo y para el cambio social ya que son un pilar fundamental para el desarrollo de un país.
- ☞ Hacer mayores convenios con la comunidad educativa para la difusión de medios audiovisuales y seguir enfocándose en el edu entretenimiento.
- ☞ Proyectar la labor institucional de Fundación Luciérnaga a través de las redes sociales.
- ☞ Abrir foros de conversación en la plataforma de twitter en base a cortometrajes con temáticas sociales.
- ☞ Seguir trabajando en función de las guías metodológicas para la realización de grupos focales y Cine Foros.
- ☞ Preparar a más facilitadores para que ellos también difundan los cortometrajes, documentales y la serie de telenovela de Fundación Luciérnaga.
- ☞ Implementar estrategias con voluntarios para facilitar el desarrollo de cine foros y grupos focales en las comunidades.



- ☞ Hacer un diagnóstico de comunicación interna y externa para crear una estrategia de comunicación que mejore el flujo de comunicación entre los colaboradores y la comunidad en general.

A los expertos en producción audiovisual:

- ☞ Elaborar productos audiovisuales con enfoque social que sean de interés para comunidad educativa.
- ☞ Enfocarse en el edu entretenimiento como una herramienta de apoyo para la difusión del mensaje central del audiovisual.
- ☞ Investigar sobre las problemáticas que están sucediendo en nuestro país y contar historias en base a ello.

A los aliados estratégicos:

- ☞ Seguir trabajando de la mano con Fundación Luciérnaga para impulsar el uso de audiovisuales con enfoque educativo.
- ☞ Trabajar la comunicación para el cambio social desde grupos pequeños y difundir los mensajes centrales de los documentales.
- ☞ Programar Cine Foros con la comunidad educativa maestros, alumnos e involucrar a los padres de familia para crear conciencia en ellos.
- ☞ Dar charlas a los alumnos acerca de temas que son tabú para la sociedad y trabajar estrategias para romper estereotipos.



A la comunidad educativa:

- ∞ Incorporar la Edu comunicación y el Edu entretenimiento para mejorar los procesos de enseñanza aprendizaje.
- ∞ Hacer alianzas con entidades como Fundación Luciérnaga que trabajan productos audiovisuales con enfoque social.
- ∞ Planear espacios de grupos focales y cine foros en los centros educativos para generar debate y análisis crítico entre los participantes

A la coordinación de la carrera de Comunicación para el Desarrollo:

- ∞ Impulsar talleres de producción audiovisual a los estudiantes de la carrera con enfoque en temáticas sociales.
- ∞ Hacer convenios con ONG y Fundaciones que trabajan productores audiovisuales con enfoque social para formar a los estudiantes en ese perfil.
- ∞ Que los docentes de la asignatura de televisión para el desarrollo y televisión creativa incluya en sus planes didácticos ejes temáticos sobre Género, Derechos Sexuales para formar a los estudiantes con herramientas en cambio sociales.



Propuesta de Spot televisivo enfocado en la temática de nuevas masculinidades.

Descripción de la propuesta

Debido a que la investigación se enfoca en temáticas de Género se realizó la propuesta de producir un medio audiovisual orientado al tema de nuevas masculinidades.

La propuesta consiste en la producción de un Spot televisivo, que sirva como recurso de apoyo para abordar temáticas en esa línea. El Spot gira en torno a la pregunta de ¿Por qué soy Hombre? Con el objetivo que las personas quienes lo vean reflexionen sobre los conceptos de masculinidad en la sociedad.

Este Spot puede ser proyectado en talleres, capacitaciones, clases y Cines Foros de forma introductoria, asimismo, puede ser utilizado por docentes, estudiantes y personas que trabajan en esa línea temática.

Publico Meta:

Varones de diferentes edades.

Publico secundario:

Mujeres, jóvenes, público en general

Objetivos:

- ∞ Elaborar un Spot televisivo sobre la temática de nuevas masculinidades
- ∞ Proponer el Spot televisivo como una herramienta audiovisual de apoyo en el abordaje de temáticas relacionadas a masculinidades.
- ∞ Destacar la importancia de la realización de Spot televisivo enfocados en estas temáticas.



Ficha técnica:

Título: ¿Por qué soy Hombre?

Guion, realización y Edición: Ana Aguirre y Belkis Fierro

Duración: 43 segundos

País y año de Producción: Nicaragua, 2017

Escaleta:

Escenas	Descripción de la escena
Pregunta	Aparece una pantalla en negra que contiene la pregunta ¿Por qué soy Hombre?
Opinión de entrevistado	Exterior El entrevistado dice su punto de vista sobre la pregunta. “soy hombre por mi naturaleza”
Opinión de entrevistado	Exterior El entrevistado hace mención de la respuesta a la pregunta “soy hombre porque Dios así me hizo”
Concepto	Masculinidad hegemónica: Está relacionada con el dominio y control que naturaliza y realza lo masculino, es decir, que ser hombre es tener privilegio por encima de los niños, adolescentes, mujeres y personas LGBTI. (IEEPP,2016)
Opinión de entrevistado	Exterior El punto de vista de ser hombre “soy hombre porque así nací”
Opinión entrevistado	Exterior “ soy hombre porque soy el sustento”
Concepto	En Nicaragua se está trabajando el tema de las nuevas masculinidades que apuntan a desmitificar los estereotipos que la sociedad impone, tomando en cuenta la igualdad de Género.
Opinión entrevistado	Exterior “todos somos iguales”
Créditos	Aparecen los nombres de las autoras en una pantalla en negra.



Guion Técnico

Sec	Plano	Imagen	Audio		Tiempo
			Texto	Sonido	
Escena 1: pregunta	P1	Pantalla en negra con texto	¿Por qué soy hombre?	Entra música instrumental "el noticiero"	03. s
Escena 2: entrevistados	Plano medio	Presentación en cámara Eduardo Rivas dando su opinión acerca de ¿Por qué soy hombre?		Se mantiene la música. Voz en On: soy hombre en principio porque mi naturaleza me lo dice, nací con el género masculino Sale la música	0.4s a 0.9s
	Plano medio	Presentación de cámara, Rodolfo hablando		Entra música instrumental: a la medida. Voz en ON: "soy hombre porque Dios así lo quizo"	0,10s a 0,13s
Escena 3: texto	P4	Pantalla en negro con texto	Masculinidad hegemónica: Está relacionada con el dominio y control que naturaliza y realza lo masculino, es decir, que ser hombre es tener privilegio	Se mantiene música	0.14s al 0.17s



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

			por encima de los niños, adolescentes, mujeres y personas LGBTI. (IEEPP,2016)		
Escena 4 : entrevistados	Plano medio	Presentación de cámaras de Marvin		Se mantiene música Voz en ON: "soy hombre porque asi nació hombre, pero no por ser hombre no voy hacer cosas en el hogar"	0.18s a 0.24s
	Plano medio	Presentación en cámaras de Eduardo		Se mantiene música Voz en ON: "Soy hombre porque soy la parte que va a sustentar a la familia"	0.25s a 0.28s
Escena 5: texto	P7	Pantalla en negro con texto	"En Nicaragua se está trabajando el tema de las nuevas masculinidades que apuntan a desmitificar los estereotipos que la sociedad impone, tomando en cuenta la igualdad de Género".	Se mantiene la música	0.28s a 0.31s
Escena 6: entrevistado	Plano medio	Presentación en cámara de Marvin		Entra la música instrumental : dame	0.32s a 0.39s



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

					Voz en ON: "Tenemos de tener todos de igual manera trabajar como la mujer"		
Escena créditos	7:	P8	Pantalla negro	en	Créditos : Producción, edición y realización Ana Aguirre y Belkis Fierro	Se mantiene música y baja lentamente	0.40s a 0.42s.



Bibliografía

Alvarez Juan & Jugerson Gayou (2003) “Como hacer investigación cualitativa, fundamentos y metodología” 2da editorial Paidos SAICF Defensa 599, Buenos Aires.

Aragón & Castillo (2010) “producción Audiovisual sobre los niños trabajadores de los semáforos del antiguo cine Gonzales” pág.17

Alonso & Matilla (1997) “imágenes en acción” análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa. Ediciones AKAL S.A los berrocales del jarama .Madrid España.

Beltrán, Luis (2005) “*La comunicación para el desarrollo en latinoamerica: un recuento de medio siglo*” Documento presentado al III Congreso panamericano de la comunicacion Panel 3 *universidad de Buenos Aires Julio 12-16, 2005, Buenos Aires, Argentina*

Bordenave & Carvalho (1976) “Planificación y Comunicación”. Editorial Don Bosco.Quito Ecuador.

Cebrián Mariano (1983) “teoría y técnica de la información audiovisual”

Corominas Augusti (1994) “La Comunicación Audiovisual y sus integración en el curriculum”.Editorial Grao de serveis pedagogies .ICE de la universitet de Barcelona



Fundación Luciérnaga(s,f), Colección Audiovisual sobre Derechos Sexuales Y Reproductivos, *Realidades en escena*. pág. 22,8

Glosario de términos sobre género, (s,a) (s,f)

Gutiérrez Luis (1979) “Historia de los medios Audiovisuales”

Gumucio Alfonso (2001) “Haciendo olas, Historias de Comunicación para el Cambio Social” Obra publicada en 2001 por The Rockefeller Foundation, New York, NY 10018-2702, Estados Unidos de América

Gumucio-Dagron, Alfonso (2001). «Comunicación para la salud: El reto de la participación». Agujero Negro, 1-6

Igartua Juan y Vega Jair (s,f) “La Juventud en la pantalla. Ficción televisiva, videojuegos y edu-entretenimiento” revista de estudio de juventudes

Kaplún Mario (2002) “Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)” la Habana Cuba: editorial caminos

Kaplun Mario (2001) “A la educación por la Comunicación”. Ediciones CIESPAL, Quito-Ecuador



Rodríguez Clemencia (2004) "de la revolución sandinista a las telenovelas: el caso de «puntos de encuentro» (Nicaragua)

SINGHAL, Arvind & Everett M. Rogers (1999). Entretenimiento-Educación . una comunicación estratégica para el cambio social . Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum



Referencias Electrónicas

Asamblea General de Nicaragua (2001) “LEY DE PROMOCIÓN DEL DESARROLLO INTEGRAL DE LA JUVENTUD LEY No. 392”

<http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/b34f77cd9d23625e06257265005d21fa/10fa0619155a2e2a062570a1005811fc?OpenDocument> recuperado el 30 octubre del año 2017 a las 8:00 pm

Aparicio Roberto (2011), principios pedagógicos y comunicacionales de la educación 2.0, Revista Digital La educ@ción , edición n° 145. https://www.educoas.org/portal/La_Educacion_Digital/laeducacion_145/articulos/Roberto_Aparici.pdf recuperado el 20 de julio del año 2017 a las 7:15 pm.

Avances de Nicaragua en la promoción de la igualdad de género y la autonomía de la mujer, 2010 pág. (8) tomado de http://www.poderjudicial.gob.ni/genero/pdf/15_avances%20.pdf recuperado el 8 de octubre de 2017 a las 6.50 Pm

Cartilla popular de género, cartilla de la igualdad absoluta de derechos y oportunidades entre hombres y mujeres, (2010), Managua, pag 8. Tomado de: [file:///C:/Users/Isco%20Altamirano/Downloads/Cartilla_Popular_de_Genero%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Isco%20Altamirano/Downloads/Cartilla_Popular_de_Genero%20(1).pdf) Recuperado el 12 de octubre, a las 8.30 am

Carrasco Eveling, (2016) Desmitificando la masculinidad hegemónica en Nicaragua; subalternidad, resistencias y masculinidades emergentes , 1ª ed- Managua : IEEP, PAG (110), (22) tomado de: https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.ieepp.org%2Fpublicaciones%2Fmasculinidad%2Fpublicacion507%2F&h=ATO_TzhNAiY6uVlxaT8tRdumS3CZypq5gHdaCTY5LW5RWKlvwcjYvBHIqIHgOPmpKtJMqk1y6OX5R13QXRR_k1tewOuZXT0nPF2D-5VnO1Inj_HrfWeYBeRART_IEmrCK4_7FZxZNuPnQ recuperado el 12 de octubre de 2017 a las 11: 40 am



Centro de comunicaciones y educación popular CANTERA (2012) “Reflexiones sobre embarazo en adolescentes y jóvenes”. Managua, pág. (46) pág. (21). https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fcanteranicaragua.org%2Fmultimedia%2Fmaterialapoyo%2F&h=ATO_TzhNAiY6uVIxaT8tRdumS3CZypq5gHdaCTY5LW5RWKlvwcjYvBHlqIHgOPmpKtJMqk1y6OX5R13QXRR_k1tewOuZXT0nPF2D-5VnO1Inj_HrfWeYBeRART_IEmrCK4_7FZxZNUpNq

Recuperado el 12 de octubre a las 3:45 pm

Centro de Comunicación y Educación Popular CANTERA NICARAGUA (2007), “El significado de ser hombre , guía metodológica para el trabajo de género con hombres (masculinidad)”, (pág. 16) https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fcanteranicaragua.org%2Fmultimedia%2Fmaterialapoyo%2F&h=ATO_TzhNAiY6uVIxaT8tRdumS3CZypq5gHdaCTY5LW5RWKlvwcjYvBHlqIHgOPmpKtJMqk1y6OX5R13QXRR_k1tewOuZXT0nPF2D-5VnO1Inj_HrfWeYBeRART_IEmrCK4_7FZxZNUpNq

Recuperado el 12 de octubre a las 3: 50 Pm

Centro de Comunicación y Educación Popular CANTERA NICARAGUA , reflexiones sobre el embarazo en adolescentes y jóvenes , 2012 , pag (46) https://%3A%2F%2Fcanteranicaragua.org%2Fmultimedia%2Fmaterial-de-apoyo%2F&h=ATO_TzhNAiY6uVIxaT8tRdumS3CZypq5gHdaCTY5LW5RWKlvwcjYvBHlqIHgOPmpKtJMqk1y-6OX5R13QXRR_k1tewOuZXT0nPF2D-5VnO1Inj_HrfWeYBeRART_IEmrCK4_7FZxZNUpNq

recuperado el 22 de agosto a las 2.30 pm

CEPAL (1996) Violencia de Genero: un problema de Derechos humanos. pág. 13

Cooperación Suiza (2014) “comunicación para el desarrollo una guía práctica” https://www.eda.admin.ch/content/dam/countries/countriescontent/bolivia/es/Manual_C4D.pdf recuperado el 11 de junio de 2017 a las 1:00 pm



FUNIDES (s,f) “Las consecuencias del embarazo en la adolescencia, además de ser permanentes, producen efectos adversos a nivel individual, familiar y social” tomado de:
http://funides.com/media/publications/Causas_y_consecuencias_del_embarazo_a_dolescente_en_Nicaragua_Octubre_2016pdf . EL 28 de octubre a las 9.30 am
Pág. 12

INIDE (2012), Anuario Estadístico,
<http://www.inide.gob.ni/Anuarios/Anuario%202012.pdf> recuperado el 5 de julio del año 2017 a las 11:40 am.

Jiménez Guadalupe, Equidad de Género, salud180,
<http://www.salud180.com/salud-z/equidad-de-genero> recuperado el 4 de julio del año 2017 a las 9:30 am

Marin Carles (2006) “periodismo audiovisual información entretenimiento y tecnologías multimedia”

Ministerio de Salud Pública y asistencia social (s,f) “Guia de la prevención de embarazos en la adolescencia en Guatemala”
http://www.paho.org/gut/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=publications&alias=618-guia-de-prevencion-del-embarazo-en-la-adolescencia-en-guatemala&Itemid=518 Recuperado el 22 de agosto de 2017 a las 8:00 pm

Ministerio de educación nacional (2012) “Foro Educativo Nacional” Colombia aprende <http://www.colombiaprende.edu.co/html/productos/1685/w3-article-311622.html> recuperado el 22 de agosto de 2017 a las 9:00 pm



Organizaciones de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2011) “Comunicación para el Desarrollo fortaleciendo la eficacia de las Naciones Unidas” http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf recuperado el 11 de junio de 2017 a las 3:00 pm

Servaes & Malikhao (s,f) “Comunicación Participativa ¿el nuevo paradigma?” Revista de estudio para el desarrollo social de la comunicación Redes.com <http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/116> recuperado el 16 de junio de 2017 a las 8:30 am

Secretaria de Educación Pública de México (2012) “embarazos en adolescente y madres jóvenes en México” primera edición, México http://www.promajoven.sep.gob.mx/files/materiales/Embarazo_Adolescente.pdf recuperado el 20 de agosto de 2017 a las 7:00 pm

Víctor Marí Sáez y Eloísa Nós (sf) “Prólogo al libro de Thomas Thufte Comunicación para el cambio Social”. Icaria Antrazyt PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA https://www.researchgate.net/publication/278890850_Prologo_al_libro_de_Thomas_Tufte_Comunicacion_para_el_Cambio_Social_La_participacion_y_el_empoderamiento_como_base_del_desarrollo_mundial_Icaria_Barcelona_2015 recuperado el 10 de julio de 2017 a las 6:00 pm



Anexos



Instrumentos de Investigación



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Guía de Entrevista dirigida a las Organizaciones aliadas de Fundación Luciérnaga

Estimada(o) actualmente estamos realizando nuestra investigación monográfica, titulada “Importancia de los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación para el Desarrollo enfocados en temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”

Por tal razón, le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo investigativo, al brindarnos su tiempo y aportar al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido para que usted valore y conteste con la mayor objetividad posible.

1. ¿Desde cuándo tiene relaciones de colaboración con Fundación Luciérnaga?
2. ¿Cuál es la labor directa de la organización con la Fundación Luciérnaga?
3. ¿Usted considera importante financiar proyectos audiovisuales educativos /sociales? ¿Porque?
4. ¿Cómo valora el impacto de los medios audiovisuales enfocados en temáticas sociales en la población nicaragüense?
5. ¿Considera que los productos audiovisuales que ofrece Fundación Luciérnaga están orientados al cambio social?
6. ¿Qué canales de comunicación son los más ideales para difundir los productos audiovisuales que ofrece Luciérnaga?





7. ¿Para usted que es comunicación audiovisual?
8. ¿Cuál es la importancia de que se utilicen medios audiovisuales para la difusión de distintas temáticas sociales?
9. ¿Cuáles de los productos audiovisuales que ofrece Fundación Luciérnaga han utilizado?
10. ¿Qué tipo de herramientas audiovisuales considera exitosa en la reproducción de mensajes sociales?
11. ¿Qué temáticas considera importante promover a través de la comunicación audiovisual?
12. ¿Considera importante que la comunicación adopte productos audiovisuales de enfoque social para la sensibilización y concientización en la población?



UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Guía de Entrevista dirigida a Directora de Fundación Luciérnaga

Estimada(o) actualmente estamos realizando nuestra investigación monográfica, titulada “Importancia de los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación para el Desarrollo enfocados en temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”

Por tal razón, le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo investigativo, al brindarnos su tiempo y aportar al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido para que usted valore y conteste con la mayor objetividad posible.

1. ¿Cuándo y Cómo surge Fundación Luciérnaga?
2. ¿Cuál es la misión y visión de Fundación Luciérnaga?
3. ¿Cuándo adopta Fundación Luciérnaga el paradigma de Comunicación para el Desarrollo?
4. ¿Cuáles son los ejes de trabajo que tiene Fundación Luciérnaga?
5. ¿Cuáles son las temáticas que trabaja Fundación Luciérnaga?
6. ¿Cuántas personas trabajan con Fundación Luciérnaga de forma directa, y cuáles son los cargos?
7. ¿Cuáles son los aliados con que trabaja Fundación Luciérnaga?
8. ¿Por qué Fundación Luciérnaga lleva como lema Comunicación audiovisual para el Desarrollo?



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

9. ¿Además de audiovisuales que otros productos comunicacionales ofrece Fundación Luciérnaga?

10. ¿Cómo se contacta Fundación Luciérnaga para promover sus Audiovisuales?

11. Además de medios de comunicación masivos ¿Qué otros canales de Comunicación utiliza Fundación Luciérnaga para promover sus audiovisuales?

12. ¿Cuáles son las amenazas que han tenido que contrarrestar fundación luciérnaga?

13. ¿Cree que los audiovisuales son herramientas importantes en la Comunicación para el desarrollo?

14. ¿Cómo mide Fundación Luciérnaga el impacto de los audiovisuales con sus públicos meta?



**Guía de Entrevista dirigida a encargada del Área de Comunicación de
Fundación Luciérnaga**

Estimada(o) actualmente estamos realizando nuestra Investigación Monográfica, titulada “Importancia de los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación para el Desarrollo enfocados en temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”

Por tal razón, le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo investigativo, al brindarnos su tiempo y aportar al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido para que usted valore y conteste con la mayor objetividad posible

1. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar en Fundación Luciérnaga? ¿Cómo se enteró de la existencia de Fundación Luciérnaga?
2. ¿Cómo surge Fundación Luciérnaga?
3. ¿Por qué fundación Luciérnaga incorpora en su lema “Comunicación para el Desarrollo”?
4. ¿Cuál es el rol que desempeña el área de comunicación en la fundación?
5. ¿Cómo valora el aporte de los productos audiovisuales con enfoque social y prevención que produce Fundación Luciérnaga? ¿Por qué?
6. ¿Cómo se realiza el proceso de producción de la idea a la producción audiovisual?
7. ¿Cómo está compuesta el área de comunicación actualmente?
8. ¿Qué canales de difusión utiliza Fundación Luciérnaga para promover sus productos audiovisuales?





9. ¿Posee Fundación Luciérnaga alianzas con los medios masivos de comunicación? ¿Cuáles?
10. ¿Crees que los audiovisuales con enfoque social son herramientas de comunicación para contribuir al cambio en la sociedad? ¿Por qué?
11. Además de documentales y teleseries ¿que otro formato produce Fundación Luciérnaga?
12. ¿A qué público se dirigen las producciones audiovisuales de Fundación Luciérnaga?
13. ¿Qué elementos técnicos, literarios y sociales toma en cuenta la Fundación al momento de crear un audiovisual?



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Grupo Focal

La realización de estos grupos focales contará con la participación de estudiantes de tercer año del turno Matutino y Vespertino del colegio Fe y Alegría

Preguntas sobre el audiovisual “Casa de Muñecas” realizado por Fundación Luciérnaga:

¹Preguntas de reflexión:

1. ¿Qué impresión te ha producido? ¿Crees que se trata de una situación muy particular o que es bastante frecuente? ¿Conoces otras historias similares?
2. ¿Qué consecuencias crees que ha podido tener para estas dos muchachas haber sido madre a tan corta edad?
3. ¿Por qué uno de los doctores que aparecen en el video dice que el embarazo adolescente es la puerta de entrada a la pobreza? ¿Estás de acuerdo con esta afirmación?
4. ¿Piensas que es importante que se aborden temáticas de este tipo en documentales y reportajes de forma audiovisual? ¿Por qué?

¹ Algunas de estas preguntas fueron tomadas de la guía didáctica que contenía el audiovisual “casa de muñeca” producido por Fundación Luciérnaga.



UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Grupo Focal

**Participantes: estudiantes universitario (Varones) de diferentes carreras
entre las edades de 21 a 25 años**

Cuestionario:

- 1. ¿Por qué soy hombre?**
- 2. ¿Qué impresión te causo el documental?**
- 3. ¿Qué papel juega la familia y la comunidad en situaciones de violencia de Género?**
- 4. ¿Crees que es importante que se aborden temáticas sociales**



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua

UNAN-Managua

Recinto Universitario Rubén Darío “RURD”

Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas

Comunicación para el Desarrollo

Guía de Entrevista dirigida a Expertos en producción Audiovisual.

Estimada(o) actualmente estamos realizando nuestra Investigación Monográfica, titulada “Importancia de los productos audiovisuales como herramientas de Comunicación para el Desarrollo enfocados en temática de Género, Derechos Sexuales y Reproductivos, Niñez y Juventud en Fundación Luciérnaga, durante el segundo semestre de 2017”

Por tal razón, le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo investigativo, al brindarnos su tiempo y aportar al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presentan una serie de aspectos relevantes en este sentido para que usted valore y conteste con la mayor objetividad posible

1. ¿Para usted que es comunicación audiovisual?
2. ¿Cómo surge la producción audiovisual en Nicaragua?
3. ¿Quiénes son los pioneros en la producción de audiovisuales en Nicaragua?
4. ¿Desde cuándo nace su afición por la realización de audiovisuales?
5. ¿Qué obstáculos se presentan al momento de producir audiovisuales?
6. ¿Cómo ha crecido la producción audiovisual en el país?
7. ¿Qué temáticas sociales merecen agendarse y tomarse en cuenta para realizar productos audiovisuales?



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

8. ¿Existe un mercado para la producción audiovisual en Nicaragua?
9. ¿Existe consumo de producción audiovisual en Nicaragua?
10. ¿De qué manera se mide el alcance del producto audiovisual en un determinado público?
11. ¿Porque es importante desarrollar producción nacional?
12. ¿De qué forma la tecnología ayuda a la proyección de contenidos audiovisuales?
13. Actualmente ¿Quiénes invierten en producción audiovisual con enfoques sociales en Nicaragua?
14. ¿Quiénes están produciendo más este tipo de audiovisuales? ¿Por qué?
15. ¿Cuáles son los estándares de calidad que debe cumplir un audiovisual con enfoque social para generar impacto?
16. ¿Cómo contribuye la producción audiovisual a la transformación de problemáticas sociales?



Transcripción de entrevistas y Grupos focales aplicados



Guía de Entrevista dirigida a las Organizaciones aliadas de Fundación Luciérnaga

Experto en producción audiovisual Douglas Mendoza.

Organización: Puntos de Encuentro

1. ¿Cuál es la labor directa de la organización con la Fundación Luciérnaga?

Puntos de Encuentro es una organización feminista que trabaja con enfoque en cambio social , los medios masivos, la radio , televisión y producción de los medios educativos hemos venido trabajando más de 56 años , en el marco de ese proceso hemos establecido alianzas con Fundación Luciérnaga, por ejemplo trabajan con audiovisuales e hicimos la primer serie de televisión en Nicaragua sexto sentido y contra corriente , en ese proceso Fundación Luciérnaga compartió su trabajo educativo en base a la proyección de Loma verde.

Hemos venido compartiendo experiencia y dialogando alrededor del tema desde hace 10 años.

En este momento tenemos un proyecto que se llama promoción de la cultura de paz entonces mes a mes nos reunimos para promover paquetes educativos de la serie Loma Verde el paquete Muy Machos para trabajar sobre masculinidades, es un material audiovisual muy bueno que nos permite trabajar en las comunidades.

2. ¿Usted considera importante financiar proyectos audiovisuales?
¿Porque?

Para nosotros es vital promover materiales educativos audiovisuales que puedan proyectar realidades Nicaragüenses que puedan aportar a mostrar la realidad, que nos ayuden a reflexionar críticamente y materiales educativos desde nuestras propias realidades urbanas , rural, con los hombres , las mujeres , que sea una labor educativa que no refleje el amarillismo como hacen los medios de comunicación nicaragüense, muy pocas organizaciones como las que hace Luciérnaga y Puntos de Encuentro que estamos generando audiovisuales de interés local , pero desde nuestra propia realidad usando el edu-entretenimiento y la forma de mostrarlo a las mujeres a los jóvenes de una manera entretenida mensajes relacionados a la prevención de la violencia, temas de VIH, de medio ambiente para mejorar la calidad de vida.

3. ¿Cómo valora el impacto de los medios audiovisuales enfocados en temáticas sociales en la población nicaragüense?



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Desde puntos de encuentro realizamos el trabajo de retos y desafíos con sexto sentido. Hicimos un estudio longitudinal seguimos a 5mil chavalos en tres años y les dimos seguimiento y no dimos cuenta que el impacto de la comunicación social y los medios de comunicación tienen un reflejo en los cambios de comportamientos porque hablábamos del uso de condones, de VIH, de prevención del embarazo, estos chavalos a medidas que adquirirían conocimientos de la serie educativa fueron adquiriendo educación y la pusieron en práctica, compartieron información con otros chavalos y su familia, nos damos cuenta que tuvo incidencia a través de los materiales educativos, a través de la radio, los talleres, eso nos ayuda a motivarles en sus hábitos de la vida cotidiana en el uso de la violencia y diversos temas, tenemos prueba de que los medios audiovisuales generan cambios en la audiencia mediante el método cuantitativo y cualitativo

4. ¿Considera que los productos audiovisuales que ofrece Fundación Luciérnaga están orientados al cambio social?

La serie Loma Verde y conozco la Guía de Muy Macho que trabaja el tema de violencia hacia las mujeres. Yo trabajo temas de masculinidades y los he utilizado en los miles de talleres y veo que funcionan que se sienten identificados, pueden criticar, el tema de los hombres y veo la utilidad de esta serie de televisión acerca del papel del hombre para cambiar y mejorar

5. ¿Qué canales de comunicación son los más ideales para difundir los productos audiovisuales que ofrece Luciérnaga?

Depende del grupo meta saber que canal tienen acceso por ejemplo, los colegas de Fundación Luciérnaga lo transmitieron por canal 10 que es un canal que llega a todos lados y la gente lo podía ver y ellos se reportaban desde las comunidades

6. ¿Para usted que es comunicación audiovisual?

Yo hablo de comunicación tiene que ver con utilizar las series de televisión, spot cortos, sketch, radio novelas, música, es una extensa área de materiales en múltiples líneas, la televisión, la radio desde una labor educativa o estereotipada, hay que promover el entretenimiento de una manera de fomentar diálogo y no burlarse de los otros

7. ¿Cuál es la importancia de que se utilicen medios audiovisuales para la difusión de distintas temáticas?

La gente cuando ve un material audiovisual lo ve de otra manera, se sienten conectados con la imagen, que tienen un mensaje que plantea historias de la vida cotidiana, que plantea hechos recreados desde las realidades, la gente lo ve, lo escucha, se siente conectado es una manera muy integrante de hablar interactivamente.



8. ¿Cuáles de los productos audiovisuales que ofrece fundación luciérnaga han utilizado?
9. ¿Qué tipo de herramientas audiovisuales considera exitosa en la reproducción de mensajes sociales?
10. ¿Qué temáticas considera importante para proyectar por medio de la comunicación audiovisual?
11. ¿Considera importante que la comunicación adopte productos audiovisuales de enfoque social como herramientas de desarrollo?

Es vital para transformar la realidad, que sean críticos pero con enfoques de derechos humanos, que se promueva educación y temáticas que involucren a los hombres y mujeres, saber lo que se quiere aportar desde un punto de vista crítica para cambiar, encaminados al respeto de los hombres y las mujeres sin promover el buying sin importar la condición que tengan.



Guía de Entrevista dirigida a las Organizaciones aliadas de Fundación Luciérnaga

Leslie Gómez, coordinadora de programas y proyectos de Fe y Alegría

1. ¿Desde cuándo tiene relaciones de colaboración con Fundación Luciérnaga?

Nosotros conocimiento de la existencia de fundación luciérnaga bueno desde hace muchos años, no te puedo decir específicamente, pero efectivamente conocemos a fundación luciérnaga porque ellos se han destacado muchísimo en términos de la producción de todos estos recursos de medios audiovisuales y los hemos utilizados en el compartir que ellos tiene sus producciones sus video y documentos nos ha llegado a nuestras manos y como somos una institución educativa siempre andamos también en la búsqueda de estos y medios y recursos didácticos para poder utilizarla en nuestras escuelas ,entonces, tenemos bastantes años en conocerlos desde que ellos han estado reproduciendo todo este material educativo los conocemos.

2. ¿Cuál es la labor directa de la institución con la Fundación Luciérnaga?

nos encontramos como organismos no gubernamentales en varios espacio, nos encontramos en las convocatorias que realizan diversas agencias ,nos encontramos en algunos espacios formativos que agencias de cooperación en la cual nosotros coincidimos ,por ejemplo ,en el caso de la cooperación española coincidimos entonces entramos a tener intercambio de comunicación con fundación luciérnaga y en el año pasado más intensamente porque les pedimos a ellos que nos pudieran compartir toda su producción , su última producciones en términos el tema de machismo, el tema de masculinidades.

nosotros estamos trabajando fuertemente a nivel de nuestros proyectos una formulación en la cual integramos todo el tema de género y nuevas masculinidades y el tema de la educación los derechos sexuales y reproductivos a través de un programa que tenemos el programa de educación integral de la sexualidad que lo estamos implementando en todos los centros educativos, entonces aquí articulamos esto es lo que llamamos la búsqueda de la sinergia entre las organización, si otra organización está haciendo algo que nos pueda servir a nosotras para el trabajo que estamos realizando no tenemos por qué irlo hacer nosotros si ya podemos conseguir lo que ya está hecho desde la experiencia que ellos tienen para nosotros hacerlo ahí nos evitamos un montón de recurso y hacemos alianzas.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Entonces en esta alianza estratégica que tenemos con fundación luciérnaga lo que nosotros pusimos a la orden es nosotros tenemos centros educativos, tenemos una población cautiva de niñez, adolescencia y juventud que ellos perfectamente desde lo que están haciendo con los recursos que ellos tienen, pueden aprovechar y nosotros podemos aprovechar. estos temas están dentro de la curricula los encontramos en varias materias, todo el tema de genero está en el convivencia y civismo los temas de se trabaja como un eje transversal o un tema transversal desde la curricula, y efectivamente en todas la materias debemos ir integrando el tema de equidad de género y la igualdad y todo el tema de los derechos sexuales y reproductivos entonces aprovechamos que ellos tienen los recursos y entramos en una conversación y pudimos abrir las puertas de los centros educativos nuestros organizamos los espacios para que ellos pudieran ir y hacer en este caso la presentación de los videos foros y usar la metodología que ellos están haciendo.

3. ¿Usted considera importante promover proyectos audiovisuales educativos /sociales? ¿Porque?

me parece sumamente importante porque vos le tenes que buscar la forma la manera de llegarle a esta población estudiantil, nuestros estudiantes ahorita la mayoría son milenios le llaman, o sea, que están integrando todo un tema de la tecnología a su vida y ya encontramos que nuestros estudiante en las aulas de clase sufren mucho el aburrimiento y la desmotivación por estar sentados en un aula escuchando lo tradicional entonces creo que esto es una manera de llevarles los mensajes a las personas en este caso a nuestro estudiantado sobre temáticas que necesitamos que se aborden, no es lo mismo cuando se lo das en una lección lo mandas al chavalito que se lo estudie lo aprenda de memoria y queremos que después lo responda bien en un test a que vea un video lo analice, haga ese análisis, lo vivencie de lo que él ha visto en su casa, o lo que ha visto en su barrio en su comunidad y desde la vivencia él también pueda expresar, porque no solo es ver el video es también es las preguntas la guía que te establece y le preguntas al joven o a la joven que le parece, si eso lo ha vivido, si es una experiencia conocida y a partir de eso se crea también como va interiorizando todo ese aprendizaje, se le pide propuesta a los jóvenes también.

yo participe y estuve presente en un espacio donde se le presentaron los recursos audiovisuales a un grupo de jóvenes que nosotros estábamos trabajando en ciudad Sandino eran un grupo de jóvenes NINI que grupo de jóvenes que no estudiaban, ni trabajaban, estaban ya fuera del sistema educativo nosotros trabajamos con ellos y a partir del video, ellos hicieron todo el análisis hicieron su árbol de problemas y dentro del árbol del problema encontraron el problema cuales eran las causas que ellos consideraban y cuáles eran los efectos en la vida de ellos, en la vida de su familia y en la sociedad y entonces ves el abanico



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

de cosas porque cada uno hizo su propio árbol de problema o sea que visiones distintas y partir de eso se le hizo el análisis de lo que inclusive habían vivido y como podían ellos aportar para cambiar su realidad.

4. ¿Cómo valora el impacto de los medios audiovisuales enfocados en temáticas sociales en la población nicaragüense?

Yo lo valoro de muy positivo, lo valoro ,es una herramienta buena interesante que debemos potenciarla siempre que podamos hacerlo, nosotros por falta de recursos en este caso porque eso significa movilización de equipos y todo, nosotros hubiéramos querido que también se extendiera a la comunidades porque nosotros ahorita tenemos trabajo con grupos de mujeres y jóvenes en la comunidad con jóvenes que están fuera de los sistema educativo que no los tenemos en la escuela y que estamos trabajando con ellos, grupos de mujeres también que ya son mujeres adultas que también están fuera y que también queremos trabajar pero no hay suficiente recursos.

5. ¿Considera que los productos audiovisuales que ofrece Fundación Luciérnaga están orientados al cambio social?

Si, son efectivamente para buscar la transformación porque parten de las problemáticas que estamos viviendo, los videos reflejan la desigualdades las relaciones de poder entre los géneros, reflejan el machismo, reflejan la violencia intrafamiliar la violencia hasta institucional pues porque no siempre encuentras apoyo en las instituciones que deben velar por el bienestar, por el bien jurídico protegido queque decimos es la vida, en el caso de la niñez y la mujer y las personas.

6. ¿Cuál es la importancia de que se utilicen medios audiovisuales para la difusión de distintas temáticas sociales?

Es sumamente importante porque son herramientas que te permiten abordar temáticas sensibles temáticas que son problemáticas vigentes para las comunidades y es una herramienta útil que llama a la reflexión, que llama a la sensibilización o sea aquí en esto se juegan dos aspectos importantes uno la dinámica que es no es una dinámica de un discurso, verdad, un discurso en el aire si no que es una dinámica sobre la base de un video las personas lo ven impresiona, sensibilizas ,concientizas porque después del video vos comenzas hacer preguntas dirigidas y los haces analizar y reflexionar sobre esa situación , y a su vez pedís aporte de transformación. Nosotros trabajamos la metodología de educación popular que valora mucho el hecho de que la gente plantee sus saberes, y en este caso estas herramientas aportan a eso y se hace desde una metodología de la educación popular porque no está sacando conclusiones del que está presentando el video o lo está introduciendo el video , si no , desde las personas.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

7. ¿Qué estrategias de comunicación implementaron los de fundación luciérnaga para presentar los audiovisuales en su institución?

Entonces la metodología fue la siguiente primero tuvimos varias reuniones a nivel de casa nacional con las áreas especializadas, en este caso nos reunimos el área la coordinación nacional de proyectos, la coordinación nacional de promoción social y pastoral y nosotros coordinamos los espacios a nivel territorial ,nos contactamos con los equipos directivos de estos centros están las directores sub directores los directores el enlace pedagógico estas personas buscaron en este caso dentro del programa que correspondían los grados que pudieran tener contenidos dentro que estuvieran viendo de la curricula y que pudiéramos aprovechar porque hay algo muy importante en este caso que ene sistema educativo que tenes que valorar que tenes que presentar temas que estén relacionados a la curricula y aporten a las hora clases porque vos no podes sacar a los jóvenes y vas a perder esa horas si nosotros también estrictamente que cumplir número de horas del calendario escolar ,entonces ahí pudimos organizar los grados , juntamos los grados según las clase que podían coincidir y ellos se presentaron , la fundación luciérnaga presento el video , además había un equipo de un antropólogo y otras personas de apoyo para luego de que miraran el video se pudieran hacer las dinámicas que se consideraban que es el tema de la consulta , la guía, la pregunta, la retroalimentación la exposición del auditorio , las personas que estaban participando ahí pudieran comentarlo y analizarlo, es importante siempre hacer un cierre porque no siempre los aporte de la gente va en la dirección educativa que nosotros queremos y eso sumamente importante, en el caso de los jóvenes.

por ejemplo, también fue muy importante la participación de Graciela que es joven y comunicadora y que lograba empatía con los chavalas y los chavalos y el lenguaje que se usaba era muy a lo joven verdad, entonces menos formal para que pudieran entrar los chavalas en confianza ,pudieran ellos expresar también lo que estaban pensando y considerando y cuando teníamos algún aporte desviado de lo que nosotros queremos era también estar pendiente ahí para conducir eso de que no se desviara el tema y conducir a lo que queremos que el tema educativo , lo que queremos es transformar no deseducar .

8. ¿Cuáles de los productos audiovisuales que ofrece Fundación Luciérnaga han utilizado?

Tenemos los videos, tenemos una guía de trabajo logramos hacer encuentros con maestros y maestros y equipos directivo en varios territorios de tal manera que se les entrego ese material para que luciérnaga lo hizo en una vez y después también ese recurso quedara en cada centro educativo y cualquier maestro o maestra de otro grado que no tuvo la oportunidad de recibirlo del equipo de luciérnaga retomara esos video los presentara y con la guía pudiera perfectamente pudiera reproducir nuevamente ese espacio.



9. ¿Cómo valora el impacto de los cines foro que implementa fundación luciérnaga en los alumnos de la institución?

Lo valoro positivo, lo valoro de un gran aporte al sistema educativo de un gran aporte a nuestras comunidades educativas a nuestros estudiantes, lo que nos haría por ejemplo, es también como trasciende esto a la comunidad y a la familia es que esa es la parte que nos haría falta es como llevar esto no solo a las aula de clases como llevar esto a las comunidades, a los espacios donde se reúne la familia sería interesante a las iglesias que se reúnen, a las iglesias evangélicas a las iglesias católicas a las otras iglesias de otras denominaciones a los grupos religiosos que por ejemplo lo vemos en un barrio en una comunidad pues también dinamizar estas temáticas, como llevarlos a través de otras denominaciones que trabajan con jóvenes.

10. ¿Qué temáticas considera importante promover a través de la comunicación audiovisual?

Temáticas relacionadas a las problemáticas que la población demande , en el caso ahorita , hay toda una campaña ahorita del embarazo en la adolescencia, tenemos el primer lugar en Latinoamérica y eso es vergonzoso eso es triste si lo analizamos hay un trasfondo de violencia de delitos sexuales , hay un tema de impunidad, hay para estudios sociológicos y psicológicos para rato y traumas y consecuencias no solo en lo social en lo personal , en lo económico alrededor de esa problemática reproduciendo la pobreza inmensamente si nos ponemos a ver cada uno de los casos ,entonces temáticas como esa tenemos que tomar y ponerlos en la mesa y la sociedad lo tiene que escuchar y tienen que darse cuenta que estamos teniendo una situación gravísima tiene que haber un análisis sobre esta problemáticas y ustedes como comunicadoras también tiene mucho que aportar y ustedes que son jóvenes y anda en las redes sociales y pueden también a partir de esos espacio pueden ser la crítica porque ahorita las organizaciones estamos preocupadas porque hay instituciones comunicacionales , instituciones del estado que está promoviendo que las chavalas salgan embarazada porque cuando vos premias en un evento , por ejemplo, el día de las madres y vas y le das un premio a una niña porque tuvo su niño que estas premiando ahí , estas premiando una desgracia , bien porque nació el niño bien pero las consecuencias que todo eso trae para esa niña son catastróficas para la familia y para todo el país cuando ves a las radios que dicen y hablan de que la niña de 14 años nació ,felicidades tuvo niño , tuvo niña que estamos promoviendo ahí tenemos que tratar de ocupar ese espacio para educar y transformar a la sociedad y dar mensaje que lleven a reflexionar a la población que estamos en una situación realmente macabra, para mi es realmente es macabra desde todo punto de vista, ya decimos nosotros las organizaciones un embarazo adolescente no siempre es de otro niño , generalmente están siendo embarazada por adultos eso es un delito perseguible por la ley y no se está haciendo nada hay cantidad alrededor de eso.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Alrededor del tema de los femicidios, la violencia contra la mujer, la desvalorización de lo femenino hay cantidad de cosas que podemos hacer, hay mucha tela que cortar, del tema del irrespeto a la diversidad sexual, como nosotros estamos también violando el tema de los derechos humanos con personas que tienen otra inclinación u otra preferencia sexual y no estamos siendo respetuosos con eso ni en las escuelas, ni en las casa, ni en los barrios, ni donde estas personas se conducen ,muchas personas tienen que andar escondiendo su homosexualidad, todo este tema es un tema de educación, tema de cultura, un tema de derechos humanos.

11. ¿Considera importante que la comunicación adopte productos audiovisuales de enfoque social para la sensibilización y concientización en la población?

Así, esto debería de ser, creo que el sistema de comunicaciones en nuestro país debe profesionalizarse y nosotros estamos viendo que no está siendo así, peor aún estamos entrando más en el tema del amarillismo, en el tema de la incultura la falta de la educación promoviendo eso, a veces se sacan videos que las personas está expresando cantidad malas palabras y que estamos reproduciendo ahí, creo que a nivel de los medios comunicacionales deben hacer como una revisión profunda de lo que están haciendo y que para que están , cuál es su misión y su visión como comunicadora y como comunicador a nivel personal y como institución también porque la responsabilidad es inmensa , porque vos cuando tenés un micrófono cuando estas frente a una televisión ,cuando haces un escrito hay una gran responsabilidad de tu persona de tu nombre pero además de la institución que perteneces y no están cuidando eso, en los medios comunicacionales el tema de la credibilidad es sumamente importante.

el tema de la ética profesional debe ser vital y si no estás respetando eso estás haciendo nada más una comunicación para vender y para venderla porque yo también he visto mucha gente que escuchan eso y le da risa , y sin menos preciar a nadie estamos reproduciendo nuestra falta de educación y ahí nos vamos a la estadísticas también, tenemos que buscar el porcentaje de analfabetismo en este país como esta, el porcentaje de escolarización cuando decimos que nuestros estudiantes están desertando en secundarios, cada vez son menos bachilleres en nuestro país o cada vez son menos que pueden acceder a educación técnico o superior o sea la calidad de educación que estamos dando en nuestras escuelas y la población que esta fuera del sistema educativo, hay que analizar todo eso, porque ese es el público entonces al cual estos medios de comunicación están apostando y deberían de apostar a este público para educar y promover a que se eduquen y calar en el hecho de que a educación es lo que puede transformar este país ,y está probado en todo el mundo hay tenemos todos los ejemplos aquí cercano no nos vayamos a Singapur ,vayámonos a costa rica y comenzamos a ver y analizar todo el desarrollo de costa rica a que se debe que porcentaje del presupuesto del país invierten en educación comparémoslos con el nuestro qué porcentaje invierten en educación técnica en sus instituciones que



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

están comunicando también, sin irnos tan largo para darnos cuenta que también es vital que los medios de comunicación se hagan una revisión se hagan un auto crítica, y en este caso se haga un relanzamiento una revisión un análisis para reprogramarse lo que están haciendo para contribuir al país, porque no están contribuyendo a transformar el país y a su, porque lo que queremos es un desarrollo social y económico no lo queremos solo económico lo queremos social y para tener un desarrollo social tenes que educar.

Guía de Entrevista dirigida a Expertos en producción Audiovisual.

Roberto Guillen, productor de MF la serie

12. ¿Para usted que es comunicación Audiovisual?



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Buena comunicación audiovisual es transmitir un mensaje por medio del sonido y la imagen, contar historias compartir mensajes denunciar, divulgar, publicitar, eh algo o alguien por medio del sonido y la imagen.

13. ¿Cómo surge la producción audiovisual en Nicaragua?

la comunicación audiovisual, bueno pues, desde mi punto de vista yo pienso que surge desde los canales de televisión desde la producción televisiva de contenido para masa pensándolo también como los diferentes productos que se estaban realizando para televisión específicamente, me imagino que después empezó ya la producción audiovisual más independiente como cinematográfica y tal, sin embargo, pienso que surgió la comunicación audiovisual para la televisión.

14. ¿Quiénes son los pioneros en la producción de audiovisuales en Nicaragua?

los pioneros INCINE, instituto de cinematografía en Nicaragua, ellos empezaron produciendo bastante documentales sobre todo, esta orión también que es la primer película de ficción que se hizo en Nicaragua, justamente con Hugo Hernández entre otros actores de esa generación, Camila films que es la productora cinematográfica Camila films es una de las pionera también, esta Roxana lacayo, por ahí.

INCINE, fue una asociación de cineastas que existía en los ochenta cuando antes en la cinemateca tenía otro nombre y estaban las oficinas de cultura, entre ellas estaba INCINE y estaba escuelas de ballet, había escuela de teatro de música y estaba INCINE, que INCINE lo formaba Kathy Sevilla, Martha Clarissa Hernández, María José Álvarez como que ellas fueron las primeras de INCINE.

15. ¿Desde cuándo nace su afición por la realización de audiovisuales?

Bueno, pienso que desde la infancia en realidad siempre me gusto las artes escénicas y ya cuando empecé a estudiar la secundaria me di cuenta que las artes escénicas se podían contar en películas y fue así como empezó mi interés en estudiar comunicación social por vincularme con proyectos cinematográficos y poder empezar aportar desde las posibilidades de uno a continuar produciendo.

16. ¿Qué obstáculos se presentan al momento de producir audiovisuales?



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

creo que el mayor obstáculo es la gestión de recursos la gestión de fondo, Nicaragua no cuenta con un fondo estatal que la mayoría de los países tiene para la promoción de la cultura, específicamente para la producción cinematográfica, al no contar con este fondo para los creadores es más difícil optar por financiamiento porque la empresa privada no se ve interesada o no le es atractiva al empresa privada apoyar este tipo de iniciativa, ese es uno de los principales obstáculos además, de la poca capacitación que tenemos en Nicaragua en relación a la carrera de cine en Nicaragua, no hay una carrera de cine en Nicaragua ,entonces ese es uno de los mayores obstáculos.

17. ¿Cómo ha crecido la producción audiovisual en el país?

En realidad para serte honesto pienso que antes se producían más que ahora si conectan con la gente de INCINE se los dirán en este país se hicieron muchos documentales, varias películas de ficción, también, sin embargo si ustedes ven en los últimos ocho años únicamente hay producido dos largometraje que es la yuma y la pantalla desnuda de Camila films, no hay otra película de ficción nicaragüense, entonces yo siento que ha disminuido , sin embargo, ahora por la cantidad de acceso que tenemos a la información hay más jóvenes que están experimentando y que están empezando a producir audiovisuales esto no significa que sea fácil y que tampoco la calidad sea buena porque no hay una tutoría , no hay una mentiría , entonces no tiene los mejores resultados digamos la producción que se está haciendo.

18. ¿Qué temáticas sociales merecen agendarse y tomarse en cuenta para realizar productos audiovisuales?

en lo personal siento que todas, con urgencia en este momento la violencia hacia las mujeres creo que es una temática que hay que abordar, también otra temática que el otro día estaba pensando era como algo relacionado es cómo educar cuales son los valores que estamos inculcando a los niños para que ellos no continúen repitiendo los patrones, a la par de la casa tengo una vecina que a las seis de la mañana le está pegando al niño porque el niño está llorando porque quiere jugar ,pero la mama le pega unas madre malmatadas al niño , que puedes esperar de ese niño así va a malmatar a su mujer así funciona la violencia así se repite ,el niño por mientras tanto le pega a su perrito ,cuando es adolescente busca pleito ,y después termina pegándole a la mujer y ojala no matándolas. Sin embargo, siento que es un tema de urgencia que hay que abordar en como los padres en como las madres eh y las madres, hablo sobre las madres porque son quienes están de alguna manera más vinculadas al trabajo de la crianza en



Nicaragua, no quitándole el deber al padre ambos sienten que tienen que tener una mayor conciencia sobre cómo educan a sus hijos.

Me parece urgente hablar de la salud de las mujeres también, hay muchas mujeres en Nicaragua que están muriendo por falta de acceso e información a la salud pública y creo que es alarmante tener más de cuarenta mujeres asesinadas que va del año cuando México que es un país cuando hay diez veces más la cantidad de personas que viven ahí y la cantidad de personas muertas por las mismas razones son menos, o España también es un país que tiene menos de veinte mujeres muertas a lo que va de la fecha en femicidio, entonces siento que es urgente empezar a tener un mayor abordaje sobre estos temas en la producción audiovisual.

19. ¿Existe un mercado para la producción audiovisual en Nicaragua?

Es complejo eso existe un mercado internacional que quiere comprar películas nicaragüenses, Camila Films es como el ejemplo de cómo distribuir películas en Nicaragua ellas hacen una película anual y esa película la vende en Europa, en Asia, la vende en Estados Unidos, la vende en Sur América, en HBO, en TNT el mundo quiere conocer las historias de Nicaragua, el mundo, no Nicaragua sin embargo en Nicaragua preferimos ver las películas de Hollywood, de terror en lugar de ver las películas que se producen acá, no hay un mercado siento estamos empezando a trabajar en ello en buscar cómo contar historias interesantes para los adolescentes y para los jóvenes que son la mayoría.

20. ¿Existe consumo de producción audiovisual en Nicaragua?

Bueno, se consume mucho audiovisual si no existieran cines, ni Cinemark ni las diferentes salas de cine, sin embargo la calidad de la producción audiovisual que se consume no es la que promueve valores que nuestro país necesita digamos, vos vas, yo he ido como un martes en la tarde al cine y está lleno de adolescentes, de jóvenes que pagan 200 córdobas para entrar o más es carísimo ir al cine en este país, y pagan un montón de dinero por ir a ver trescientas Sombras de Grey que es violencia a no más poder en contra de la mujer, entonces siento que hay un gran mercado de producción audiovisual, sin embargo no se está consumiendo lo que se produce dentro del país.

21. ¿De qué manera se mide el alcance del producto audiovisual en un determinado público?

En primer lugar siento que con la recepción de la gente con la recepción del público, si el público la comenta, si el público la comparte, si el público quiere



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

participar con las diferentes actividades que se hacen con los actores con la temática eso te puede dar un poco una medición del alcance o el impacto, del alcance es muy subjetivo porque la cantidad de persona que ve una pieza uno no lo logra saber, al menos en mi experiencia con la serie web de Managua furiosa nosotros supimos que el primer capítulo la vieron 34 mil usuario y el ultimo capitulo la vieron 14 mil por decirte algo, cosa que es normal porque es internet , porque no le gustaron los actores , no le gustaron las historias entonces cosas que pasa, sin embargo siento que el impacto de un producto la podes medir por medio de la recepción de la crítica que hace el público y la manera en cómo se relaciona la audiencia con la pieza audiovisuales.

22. ¿Porque es importante desarrollar producción nacional?

es importante porque, necesitamos contar nuestras historias porque necesitamos vernos en la pantalla para entender nuestras problemáticas sociales, es importante la producción audiovisual para contar nuestras historias de Nicaragua, que pueden tener similitudes a historias de otros países de Latinoamérica o inclusive el mundo, sin embargo, tenemos una identidad propia que creo que eso el mundo lo debería de conocer pienso que es importante para crear un registro del patrimonio cultural de nuestro país para hacer documentales que registren una cierta comunidad , un cierto habito, una cierta cultura, una cierta costumbre, es importante también para darle muchísimo más valor a la situación cultural de nuestro país.

23. ¿De qué forma la tecnología ayuda a la proyección de contenidos audiovisuales?

sin duda la tecnología nos ayuda abaratar costos , lo que te puede costar medio millón de dólares con la tecnología te puede llegar a costar veinte mil dólares , o sea estamos hablando de un ahorro de más de cuatrocientos mil dólares por darte un ejemplo , la tecnología nos ayuda acercar esta producción audiovisual a nuevas audiencias ,la tecnología nos ayuda a conectarnos con el resto del mundo, a contar nuestra historia en todo el mundo sin necesidad de mucho presupuesto, o sin necesidad de presupuesto en realidad únicamente publicándolo en internet ,la tecnología nos beneficia también por los nuevos aparatos electrónico que se ha desarrollado que abaratan los costos de producción porque antes tenías que comprar una cámara muy cámara para tener una buena resolución ahora las cámara cuestan muchísimos menos dinero ,al igual que el equipo de sonido o el equipo de iluminación antes el equipo de iluminación que se ocupa para filmar una película era carísimo ,ahora con la nueva tecnología del led se ha abaratado



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

muchísimo la industria de la iluminación, entonces, la tecnología ha sido fundamental para que los jóvenes empecemos a contar nuestras historias a menor precio de producción

24. Actualmente ¿Quiénes invierten en producción audiovisual con enfoques sociales en Nicaragua?

Invierte la cooperación extranjera fundaciones como fundación Luciérnaga, Camila films

25. ¿Quiénes están produciendo más este tipo de audiovisuales? ¿Por qué?

tener una buena imagen, tener un buen sonido, tener una buena historia que nos ayude a identificarnos en ella cercana a nuestras realidades, sobre todo que estas historias que están contando sean accesibles, eso debería de ser un estándar que las producciones audiovisuales sean accesibles que no únicamente se queden en el cine que se puedan hacer convenios con los piratas porque son las películas que la gente al final vos vas por la calle y te venden una película en 20 córdobas obvio que la vas a querer comprar sin embargo si te dicen que cada una de los de tu casa tienen que pagar 200 córdobas no vas a ir al cine por que si son 5 personas son 1000 córdobas en entrada es impagable entonces creo que debería ser mucho más accesible.

26. ¿Cuáles son los estándares de calidad que debe cumplir un audiovisual con enfoque social para generar impacto?

Contribuye desde el momento en que se están proyectando estas situaciones y se están generando espacios de dialogo espacios de conversación espacios de reflexión, el cine nos invita a reflexionar sobre las historias que se cuentan, nos invita a cambiar nuestra actitud a mejorar nuestro comportamiento nos invita también a promover valores un cine de transformación social y creo que contribuye en gran medida siempre y cuando la pieza audiovisual sea accesible para la ciudadanía.

27. ¿Cómo contribuye la producción audiovisual a la transformación de problemáticas sociales?

me parece vital creo que igual no ha sido la experiencia de Managua furiosa nosotros hemos hecho más de 50 cine foro con el apoyo de diferentes organizaciones incluyendo la cinemateca nacional en donde llegamos a barrios



llegamos a comunidades donde los jóvenes no saben leer donde las personas adultas no saben leer no saben escribir sin embargo por medio de una pieza audiovisual pueden aprender entonces es bastante importante la producción cinematográfica para enseñarle a la gente lo que te venia mencionando anteriormente valores, para enseñarle a la gente temas relacionados a la igualdad, respeto también a diferentes temas sociales que le permitan que se involucren.

17. proyecto MF LA SERIE

Es el resultado de la búsqueda de nuevos formatos o formatos atractivos e innovadores para adolescentes en donde por medio de cuatro historias los jóvenes encontrasen lugares en común lugares en donde estuviesen en desacuerdo también para hablar sobre temas en específicos me refiero a acoso callejero, abuso sexual, diversidad sexual, a la convivencia, al tener que venir a Managua a estudiar un poco la idea con la serie era retratar estas historias y dar a conocer que estos personajes no están solos porque estos personajes se identifican en un montón de personas que fueron los espectadores y un poco la idea era generar reflexiones y que la serie sirviera para que los jóvenes hablaran de ciertos temas. Fue súper interesante la recepción en realidad la serie está hecha con mucha pasión sin embargo no con mucha capacitación o mucho conocimiento yo fui el director yo no soy director de cine no estudie cinematografía hasta ahora sin embargo, me gustaría y por eso la hicimos porque queríamos contar estas historias creímos que es necesario crear formatos audiovisuales accesibles por eso esta hecho por internet y también era un experimento para ver como se comportaba la audiencia con un tipo de formato para internet donde no todas las personas tienen acceso y donde también el internet nos dan derecho como que nos sentimos dueños nos sentimos con todo el poder y la potestad de decir y opinar lo que quieran entonces un poco la idea era escuchar a esas voces que tenían algo que decir y fomentar el respeto y la igualdad entre los diversos tipos de pensamientos.

Fue súper interesante desde Managua furiosa nosotros estamos generando espacios de dialogo fuera del internet porque queremos conocer a esas personas que le dan like a esas personas que comentan personas que están pendientes de la página web o de nuestras redes sociales y la experiencia en las comunidades es bastante gratificante porque te encontrás con persona personas súper agradecida que agradecen que compartamos y que llevemos estas historias son personas sedientas de información son personas sedientas de conocimientos y yo creo que hay una gran cantidad de personas que no están en internet que agradecen y aprovechan muchísimo más el contenido se sienten identificados sienten que sus familiares están identificados en las historias y también se genera como mucha reflexión sobre que estamos haciendo para que esta situaciones se sigan dando o que estamos haciendo como estamos nosotros conviviendo con



este tipo de problema la reflexión es muchísimo más profunda en los espacios reales

Guía de Entrevista dirigida a Expertos en producción audiovisual

Felix Zurita, productor de teleserie “Loma Verde” y director de Alba Films

Pregunta 1.

Como fundador de Fundación Luciérnaga nació como consecuencia de mi experiencia como realizador , como cineasta aquí en Nicaragua me toco filmar , reportar varias de las cosas en el ámbito social y político del país y entonces llego un momento en el que vimos que la comunicación no estaba lo suficientemente relacionada con los temas de desarrollo, es decir que las organizaciones que trabajaban en temas de desarrollo todas querían trabajar en comunicación pero no sabían cómo ni con quien, entonces a veces gastaban dinero en hacer una producción, un video y después le pedían a uno un par de cassette y no sabían qué hacer con ellos no sabían cómo moverlo , un instrumento nuevo que no sabían cómo usar en el campo del desarrollo , entonces nos surgió la idea a varias personas de relacionarlo más y crear una organización que pusiera a



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

disposición de las organizaciones sociales, de las organizaciones de la sociedad civil, de las ONG'S de grupos, de escuela , de colegios , de universidades , lo que se pudiera de las Producciones existentes porque ese es otro problema habían mucha producción en los años 80' pero muy pocas se quedaron ,se intentó conseguir estos materiales era una tarea sin fin de lucro y así empezó la fundación Luciérnaga empezó como una simple difusora de materiales que tenían que ver con el desarrollo

2. ¿Qué es Comunicación audiovisual?

La comunicación audiovisual podría ser todo lo que está relacionado con el audio y la imagen, no creo que tenga mucha utilidad

3. ¿Cómo nace su afición por la producción audiovisual?

Yo estudie Sociología y Ciencias Políticas y me parecio que la imagen y el sonido eran una herramienta importante para transmitir información acerca de la sociedad , pero que exige de un lenguaje propio, no se puede hacer un audiovisual o radio igual a lo que se escribe, se debe adaptar los formatos audiovisuales para temas de comunicación para el desarrollo ahora nosotros también decimos comunicación para el cambio social porque con el tema de los audiovisuales desarrollo nos dice todo no dice nada , las comunidades hablan de desarrollo,las organizaciones también hablan de desarrollo es decir sino se define lo que se entiende por desarrollo no sirve para nada

4. ¿Qué obstáculos se presentan al momento de producir audiovisuales?

El audiovisual contrario a la prensa escrita o a la radio necesita de más medios , sin medios no se puede producir y ahora es mas fácil que antes porque hay mejores instrumentos y son más accesibles , después hay que saber de que manera se puede abordar el tema filmándolo que no es lo mismo abordarlo con un simple micrófono o con una grabadora es un abordaje un poco mas complejo difícil no es tan espontaneo y eso se debe integrar en la metodología .

Pregunta 5

Depende de un punto de vista personal , una cosa es una herramienta de trabajo y otra que se hace con ella, aca en Fundacion Luciérnaga intentamos siempre que nuestro trabajo refleje la realidad de lo que nos rodea en diferentes temas, áreas, temáticas , eso es lo que hacemos de los mas de 20 años que tiene que existir la



Fundación hemos abordadas muchas siempre siendo un espejo de la realidad y de la problemática social.

Pregunta 6

No existe mercado para la producción audiovisual y entonces eso obliga a que las producciones tengan que ser subvencionadas por Organizaciones No Gubernamentales y eso provoca que se deben plegar al interés de la ONG y a veces a los institucionales y eso no es lo mejor para desarrollar un arte como lo debe ser, también hay mucha responsabilidad de las empresas privadas, porque esto es de los pocos países donde una producción de éxito nacional ninguna televisora la va a pasar sino les pagan dinero, es lo contrario de lo que en otros países hay algo de interés lo compran y luego ven como financian con su publicidad ese espacio aquí en Nicaragua es lo contrario, Loma Verde es un ejemplo que ha costado muchísimo trabajo que hacer y para que pueda pasar por los canales hay que pagarles y eso realmente no es positivo para la producción en este país impide que las producciones formen parte del circuito oferta-demanda la gente lo pide pero hay algo que lo impide que puedan seguir existiendo producciones y sobre todo que aborden temas sociales y no necesariamente los más comerciales.

Pregunta 7

Hay diferentes maneras si se pasan por televisión las mediciones de rating que dan miden cuantos espectadores están viendo un canal y sacan porcentajes y la publicidad se da en función del rating alcanzado, es decir, un programa que tiene el 10% de rating le van a cobrar la publicidad mucho mas cara que a uno tiene 2% de rating , no necesariamente es importante, nosotros hemos medido mediante la difusión local, comunitaria y lo que cuenta es que los materiales se conviertan en herramientas útiles para la gente que esta empleando y que ellos consideran que los ayuda a transmitir los mensajes , medirlo es bastante complejo , en temas como en cambio de actitudes es bastante difícil hacer una medición exacta

Pregunta 8

Porque consideramos que el cine es un espejo de la sociedad y que todos necesitamos un espejo para vernos a nosotros mismos, el cine es uno de los medios más útiles, porque lleva una imagen, un audio , una música y llega a un publico muy amplio como es el caso de las telenovelas que estábamos hablando



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

de Loma Verde , entonces un país que no tiene cine es como una familia que no tiene fotos , que no tiene su álbum de familia algo falta entonces por eso creemos importantes

Unas de las experiencias mas lindas de Loma Verde es como la gente respondia y se interesaba en función del lenguaje propio , de la cultura propia , no están acostumbrado aquí la gente ven cualquier cantidad de telenovelas pero no nicaragüense entonces ver que el Nicaraguense tiene temas que también hay actores y gente que sabe hacerlo como que revalora un poco la autoestima social aunque se muestren cosas difíciles porque el espejo también muestra cosas malas.

Pregunta 9

Las nuevas tecnologías hacen un poco mas fáciles porque antes era muy cara la producción antes se filmaba con equipos extranjeros, había que editarlos fuera , eran muy pocos equipos los que habían entonces eran complicación y unos gastos , entonces luego salio el video que lo facilitaba mucho mas y ahora se podría filmar con un buen celular , eso es una ventaja pero conlleva un peligro también, pensar que las cosas se hacen mas fáciles y el contenido también va a ser mas fácil y eso no es asi, la exigencia es pensar el mensaje y la forma en que se va a realizar esa exigencia las nuevas tecnologías las hace complicadas antes cada cosa que se hacia tenia que pensarla muy bien, ahora filmar cinco minutos o filmar una hora es lo mismo ya no se prevee lo que uno quiere, como lo quiere hacer, madurar la idea del contenido, sobre todo que estamos en una época donde los contenidos son mas cortos , mas superficiales, los contenidos para redes pueden ser mucho mas desprovistos de contenidos que un reportaje documental, entonces se corre el riesgo de dejar de un lado muchos temas.

Pregunta 10

Fundacion Luciernaga, puntos de encuentros es muy poco lo que se esta haciendo.

Pregunta 11

La exigencia debe de ser la misma independientemente del contenido, uno que tenga mucho valor, no te exhime de hacer algo de calidad técnicamente , ni artísticamente, las exigencias deben ser las mismas porque lo técnico y lo artístico son herramientas para que el producto llegue ,no hay razón de porque habrá mas exigencia en un comercial que un documental es el mismo esfuerzo , la buena voluntad no basta para hacer una producción audiovisual independientemente de su contenido , hay que saber manejar los instrumentos, conocer la tecnología ,



tener mucha practica el problema es que hoy cualquiera puede sentir que sabe porque precisamente la tecnología esta al alcance de cualquiera ,

Pregunta 12

Habría que hacer una medición , pero lo que nosotros hemos venido trabajando es algo que la gente pide , responde a una necesidad , como cambia habría que incluir muchos estudios e investigaciones que no se dan en este país, para hacer algo significativo es mucha plata, se invierte mas en el impacto que tiene un producto que el producto mismo .

Es mas fácil medir un producto comercial porque si una película funciona ,si mucha gente va a ver la película al cine es que funciona, aquí las producciones no se pasan en el cine y las televisoras son espacios comprados es mas difícil de saber pero el hecho de que la gente lo pida , lo reconozcan y las reacciones en las redes sociales

Pre producción de ya no más y Loma verde

Antes de Filmar se hacen las investigaciones , indagaciones, relacionarse con las organizaciones que trabajan estos temas que ya tienen años y ganarse la confianza de las gentes, temas como “ya no mas ”son muy complicados el solo hecho de hablar pone en riesgo a las personas , ellos nos dijeron con esta persona se puede , con esta no, son temas muy delicados no es lo mismo hacer un documental de agricultura orgánica que uno sobre violencia y eso nos llevo también a adoptar el formato de tele novela, no se puede hacer todo el tiempo es un riesgo considerado, en Loma Verde son los mismos temas con la misma exigencia, la preparación pero mostrados en un formato de realidad guinizadas hechos reales guionizadas , ninguna escena es inventada , el ejemplo de muchas situaciones de Loma Verde es que parten de ya no mas y de las investigaciones incluso una de las protagonista es una victima que sale en ya no mas.

Cuales fueron las impresiones de parte del publico con relación a Loma verde

En primera instancia las reacciones en las redes sociales de forma positiva, el publico es muy agradecido de verse reflejados los nicaragüenses no tienen mucho de gente que habla como nosotros, que viven como nosotros ,ques se rie como nosotros, que llora como nosotros y eso en una telenovela es una forma de reconocimiento de saber que la cultura tiene valor. Luego el reconocimiento de los actores en las calles es una señal, la confusión entre el personaje que actúa y el autor es una buena señal de que la gente se lo cree y asi tiene que ser.



Alba Films surge de la mano con Fundación Luciérnaga

Alba Films surge 10 años surgio de la necesidad de darle difusión a los materiales que se grababan , luego se añade a cada cosa

Las guías didácticas y su importancia

el audiovisual la intención es de darle el mayor uso posible, que no solamente se vea una vez , sino que sea un instrumento de trabajo para que lo sea necesita de una guía que explique algunos aspectos que no se entienden o que pasen desapercibidos o que hace falta mas información , cada medio tiene sus exigencias técnicas pero también tiene su forma de impactar , el audiovisual es un impacto mas inmediato, toca las emociones pero si después de eso la gente no sabe responder no sirve de mucho, entonces hemos querido prolongar esa utilidad del producto haciendo una guía para que esto se pueda debatir o desarrollar algunos mas alla del visionado inmediato

Guía de Entrevista dirigida a Directora de Fundación Luciérnaga

Wendy Paíz

15. ¿Cómo surge Fundación Luciérnaga?

Los fundadores de fundación Luciernaga son Felix zuritia y Nidia Bustos, en los 80' nace un grupo que se llamaba MECATE (movimiento de expresión artística testimonial y campesina) este grupo era de un grupo de personas interesadas en promover el arte , la cultura , sobre todo el teatro y la música campesina y llevarlo a diferentes comunidades para recopilar el arte vivo del campo en Nicaragua y después a travez de este mismo arte recopilar otros saberes, otros conocimientos, historia , la misma memoria histórica, conocimientos en plantas medicinales, en practicas agroecológicas, etc, esta experiencia famosa que se ha ganado el reconocimiento internacional Mecate , de allí es una de las fundadoras de Fundacion Luciernaga, se conoce con Felix Zurita y empiezan hacer algunos documentales sobre la revolución , sobre el mecate, sobre la vida campesina y empiezan a trabajar juntos.

Felix zurita es un señor sociólogo Español Suizo que viene a Nicaragua en el 83 y asi conoce a mecate , en Nicaragua había un monton de gente que trabajaba con cine y además Nicaragua era la sede de todos los cuerpos periodísticos de comunicadores que están en la región porque no solamente estaba el tema de la contra en Nicaragua, también estaba en el salvador, la persecución indígena en Guatemala y la sede era Managua después ellos se iban y dejaban aca todo su trabajo abandonado, igual cuando termina la revolución toda la memoria histórica de Nicaragua estaba abandonada entonces Felix y Nidia se encargaron de



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

recopilar ese material y Félix tiene una productora Alba Films se llama es una empresa y ella estaba recopilando estos materiales, la primera adquisición de Luciérnaga Fueron estos materiales que Alba Films le dono , entonces así nació Fundación Luciérnaga con todos estos materiales grabados de la memoria histórica de centroamérica en el transcurso de los 80' y los 90' también viene con la herencia de la comunicación comunitaria, del teatro comunitario y la expresión artística en general.

¿En qué fecha se instaura como Fundación?

En 1995 se agrupa pero en el 2002 ya tienen personería jurídica cuando Luciérnaga empieza a trabajar lo hace entorno a estos materiales para comenzar a trabajar con la gente, ¿pero que es lo que sucede con estos materiales? Se presenta un material pero no hay más que la impresión, entonces hacía falta mucho más que poner un video, hacía falta llevar una guía, poner una metodología y empezar a platicar de los temas . no solamente de que lo vean sino de tratar de sensibilizar de los temas , extraer las experiencias de las comunidades y replicarlas en otros lugares y videos y allí Luciérnaga empieza a trabajar la comunicación para el cambio social porque no era nada más poner un video era trabajar con ellos y esto era una herencia del teatro callejero , era una cosa de replicar, rescatar y recopilar experiencias fue uno de los puntos donde se empezó a trabajar la Comunicación Para el Cambio Social se hace el primer catalogo de la Fundación allí habían todas las producciones que Luciérnaga había recuperado y los mismos contactos hicieron enlace con canales de gran Bretaña, canales de suiza y ellos traían material informativo y se recopilaron en el primer catalogo así fueron sus inicios trabajar el audiovisual no solamente como un repositorio sino hacer algo por ellos.

16. ¿Cuál es la misión y visión de Fundación Luciérnaga?

17. ¿Cuándo adopta Fundación Luciérnaga el concepto de Comunicación para el Desarrollo? No es que lo haya adoptado se trabajaba desde el principio con la Comunicación Para el Desarrollo fue más bien sistematizar las experiencias fue allí donde se empezó a hablar formalmente de comunicación para el desarrollo de la mano con la comunicación para el cambio social, siempre se hizo porque veníamos de esta herencia del Mecate y esto es lo que trabajaba desde el teatro callejero.

18. ¿Cuáles son los ejes de trabajo que tiene Fundación Luciérnaga?

Según nuestro plan estratégico trabajamos medio ambiente, cambio climático , juventud y desarrollo , soberanía alimentaria , violencia de Género y empoderamiento y turismo comunitario , actualmente nos hemos enfocado más en violencia de género desde el 2011 y también a la memoria histórica de la comunicación comunitaria.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

19. ¿Cuáles son las temáticas que trabaja Fundación Luciérnaga?

Creamos una Red Centroamericana de Comunicación trabajamos memoria histórica , defensa de los territorios , defensa de los derechos de poblaciones originarias , las líneas de la cooperación dicta algunas prioridades , por ejemplo hace 2 años trabajamos fuertemente con el área de agua y saneamiento pero a veces se trabaja solo bilateralmente, el tema de violencia incluye violencia de Genero.

20. ¿Cuántas personas trabajan con Fundación Luciérnaga de forma directa, y cuáles son los cargos?

Dirección ejecutiva: una persona
Coordinación de proyectos son dos personas
Comunicación y CEDOC: son dos
Administración : son dos personas
Conserjería y mantenimiento : 3 personas

21. ¿Cuáles son los aliados con que trabaja Fundación Luciérnaga?

Tenemos dos tipos de aliados : aliados donantes: entre pueblos que es una organización de Barcelona que apoya violencia de género , memoria histórica y comunicación comunitaria.

AIETI de España. KCD del país vasco, martv es de Andalucía, agencia andaluza de cooperación y desarrollo, COSUDE, Union Europea, cristian eit, UNFPA

Aliados estratégicos: aldeas SOS , Fe y Alegria, Puntos de Encuentro, IEPP, Plan Internacional, Red de mujeres Chontaleñas , Red de Mujeres de Ometepe, Fundacion Entre Volcanes, ASODEL , el trabajo es mas de cerca pero los materiales son para todas las organizaciones sobre todo las que defienden los derechos de las mujeres, lo que hace Luciérnaga con el material es que lo lanza y cobra vida propia para el que quiere usarlos.

22. ¿De qué manera se hace el vínculo con Fundación Luciérnaga? Por parte de los donantes?

En cuanto a cooperación cada año se abren las convocatorias , buscamos alianza con otro proyecto normalmente sacan convocatorias a cada país.

23. ¿Por qué Fundación Luciérnaga lleva como lema Comunicación audiovisual para el Desarrollo?

El audiovisual como una herramienta de excelencia, son unas metodologías probadas, que mejor para una persona ver su propio espejo el de su propio país para empezar a dialogar, a platicar en la familia o a cuestionar las realidades de tu país, nuestra apuesta es el audiovisual es una herramienta que si genera cambios, se evidencian innumerables incidencias de los audiovisuales .



24. ¿Además de audiovisuales que otros productos comunicacionales ofrece fundación luciérnaga?

En audiovisual nos referimos al video, obviamente (documentales, reportajes, tele series) , hemos trabajado radio novelas, formatos de videos como: spot , programa de televisión *Loma Verde tu programa*, campañas en Redes Sociales, Guías didácticas que están dirigidas a los facilitadores comunitarios, estudiantes personas que trabajan en la comunidad y quieren utilizarlos en la población, los libros son fáciles de leer y de aplicar , dinámicos para la gente, cada video tiene una guía didáctica con guía de preguntas, información del tema, dinámicas que trabajar,

25. ¿Cómo se contacta Fundación Luciérnaga para proyectar sus Audiovisuales?

De acuerdo al Plan Estratégico se trabajan los temas, cuando se formula un proyecto se hace un sodeo de posibles aliados, cuando se formula un proyecto no se hace a ciegas sino que se predefine con qué población hay que trabajar, en que zona, eso es lo principal, cuando nos llaman y nos necesitan siempre estamos abiertos a esa posibilidad, el único límite es el financiamiento si se puede hacer sin un presupuesto monetario se hace sin ningún problema

26. Además de medios de comunicación masivos ¿Qué otros canales de Comunicación utiliza Fundación Luciérnaga para proyectar sus audiovisuales?

27. ¿Cuáles son las amenazas que han tenido que contrarrestar fundación luciérnaga?

La baja de la cooperación internacional hace que algunos proyectos se paren , a veces hay algunas políticas complicadas por el acceso a la escuela pero hemos tenido buenas relaciones con todos, hacer los procesos es bueno porque hacen las cosas de manera formal , en cuanto a recursos humanos Nicaragua tiene la particularidad de tener gente capacitada para trabajar en esto , seguramente por toda esta herencia de la revolución y la formación de la cooperación extranjera que vino a capacitar un monton de gente , una amenaza es que muchas personas no miran el potencial de los audiovisuales , ni de la comunicación , hay muchas agencias que miran la comunicación como un plus , un añadido a su trabajo, pero no miran que en realidad para acercarse a un publico no pueden llegar con una estrategia hecha de escritorio y mucha gente plantea hacerlo, llegar con metodología o llegar y enseñarle a la población sin tomar en cuenta que esa gente tiene experiencias , su cultura les presta herramientas propias de la zona para salir delante de sus problemas ,



Por ejemplo el tema de la violencia de pandillas, no se puede ir a decir a un grupo de jóvenes que va a cambiar, decirles aquí tenes el empleo, aquí tenes la educación, y cuestionarlo por no salir adelante, pero el problema no es del chavalito, el problema es que no entienden su entorno, que no se ha ido a meter al barrio, no conocen porque unos chavalitos están en pandillas y otros no, conocer el estigma de la sociedad hacia ciertos sectores es mucho más complicado de lo que parece y son cosas que enseña la comunicación porque es de la población que tienen que salir, de las herramientas, de las experiencias que se tienen que extraer y plasmarlas en el video, sino es solamente discurso

28. ¿Cree que los audiovisuales son herramientas importantes en la Comunicación para el desarrollo?

Es verse en su propio espejo, con Loma verde por ejemplo hemos visto este fenómeno, en Nicaragua, en América Latina hemos crecido con la novela que nos ha metido las ideas en la cabeza del Romeo, del príncipe, son historias pero la gente no tiene como identificarse, ni donde más verse, entonces se identifican con la novela mexicana, con la novela brasileña, cuando hicimos el casting de Loma Verde, venían actores hablando como colombianos y es lo mismo, hemos aprendido realidades que no son del país o que ni siquiera existen, es un cuento de hadas que se venden como realidad, igual pasa con la música, escuchan a Maluma diciendo que está enamorado de 4 baby's y que lo tiene a disposición y lo que se genera en esa música es que es lo que empiezan a pensar los chavalitos sobre las chavalas, que las tienen a disposición y la objetivizan completamente que si no hacen lo que ellos dicen están descartadas, tratar de rescatar las cosas buenas de la comunidad y ponerlas en la mesa con todas esas cosas que se les metan en la cabeza.

29. ¿Cómo mide Fundación Luciérnaga el impacto de los audiovisuales con su público?

Hacemos grupos focales, en Nicaragua es bastante difícil medir tele audiencia en relación con las telenovelas, se mide alcance en la página web, hacer grupos focales preguntándoles que les llama la atención, como abordan estos temas con la familia después de ver la novela, una experiencia bonita fue que empezamos a ver que la gente la miraba en familia y platicaban de la novela es muy importante porque son temas que no se abordan, hablar de abuso sexual, aborto, violencia, los grupos focales es una de las maneras más fáciles igual hay otras herramientas como encuestas pero no me parece muy sustancioso porque no se hacen en lugares donde se ve la novela, es una muestra muy pequeña y no creo que se saquen datos muy buenos, creo que la investigación debe de ser más cualitativa, más grupos más averiguar cambios de comportamientos y es un tema que aun



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

estamos trabajando es un proceso largo , si en una comunidad esta en los canales Loma Verde,CANTERA con su grupo de chavalos , organización comunal con sus bibliotecas de trabajo , entonces todas ellas trabajan en cambio social y no se puede partirlas en una para saber que aporta cada una.

Guía de Entrevista dirigida a encargada del Área de Comunicación de Fundación Luciérnaga

Graciela Castillo, Comunicadora Social

14. ¿Cuánto tiempo tiene de trabajar en Fundación Luciérnaga? ¿Cómo se enteró de la existencia de Fundación Luciérnaga?

Mi nombre es Graciela Ivette Castillo Espinoza, soy Licenciada en Comunicación Social. Llevo dos años laborando en el área de comunicación de la organización. A Fundación Luciérnaga la conocí desde que estaba en secundaria. Recuerdo que del colegio nos trajeron al auditorio de la Fundación a ver un video sobre mujeres migrantes. Luego, ya en la universidad, el docente de la clase de taller audiovisual nos mostró algunos documentales de la Fundación como: Nica Libre, Sol y Sombras, Nuestro veneno de cada día, entre otros. También, durante un taller que recibí en el Programa Feminista La Corriente sobre violencia de género, allí presentaron el documental “Ya no más”. Así conocí sobre el trabajo de Fundación Luciérnaga en la producción de documentales con temas sociales.

15. ¿Cómo surge Fundación Luciérnaga?

Fundación Luciérnaga surge en 1993 con el objetivo de brindar a las organizaciones nicaragüenses materiales audiovisuales con contenido social como una herramienta para la sensibilización acerca de diferentes temas. Al principio, Luciérnaga contaba con una videoteca con más de 100 materiales recopilados (donados por diferentes organismos) al pasar el tiempo la videoteca fue creciendo más gracias al apoyo de organizaciones y Fundación Luciérnaga apostó por la creación de sus propios audiovisuales dentro de sus ejes de trabajo: Turismo Rural Sostenible, Medio ambiente, Memoria Historica, Niñez y juventud, Género y Derechos sexuales y reproductivos, soberanía alimentaria. (Esto es en base a lo que yo sé... pero en la web hay más información).

16. ¿Por qué fundación luciérnaga incorpora en su lema “Comunicación para el Desarrollo”?

La comunicación para el desarrollo promueve a través de distintos medios de comunicación, cambios sociales positivos mediante la promoción de una



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

ciudadanía activa para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. Y justo esa es la labor de Fundación Luciérnaga, que a través de materiales audiovisuales y estrategias de comunicación, aborda temas sociales de actualidad desde un enfoque educativo que promueven la defensa de los derechos humanos.

17. ¿Cuál es el rol que desempeña el área de comunicación en la fundación?

El área de comunicación es la encargada de ejecutar las actividades de los proyectos que están en ejecución, siguiendo con la estrategia institucional. Eso implica presentaciones de los materiales con estudiantes en colegios, talleres con maestros, talleres con organizaciones, elaboración de informes y recopilación de evidencias, manejo de las redes sociales y elaboración de estrategias de comunicación, creación de contenido, entre otras.

La parte de la difusión es nuestro punto débil. Lamentablemente somos un equipo muy pequeño. Una persona no da abasto para tanto por lo que la divulgación de las actividades no se hace como se debería... me dedico más a darle seguimiento a las actividades que hay que ejecutar que de la divulgación en sí.

18. ¿Cómo valora el aporte de los productos audiovisuales con enfoque social y prevención que produce Fundación Luciérnaga? ¿Por qué?

Son una herramienta excelente a la hora de sensibilizar a grupos. Las personas se identifican mayormente con la problemática y empatizan más con los personajes. El hecho de ver rostros... rostros reales contando historias reales, historias que le pueden suceder a tu mamá, a tu vecina, a tu abuelita, a tu hermana, a vos mismo, a todos... impactan grandemente y llevan a las personas a sacar sus propias reflexiones acerca del problema.

Culturalmente, a las y los nicas nos gusta ver televisión... es el medio que más se consume, por ende, el audiovisual es la herramienta idónea de comunicación para el cambio social. La combinación de imágenes, audio y texto permiten atraer a las personas... claro que también depende mucho del contenido... pero puedo asegurar que las personas ponen mucha más atención a un video que a un folleto con puro texto...

Luciérnaga, a través de los audiovisuales tiene la capacidad de contar historias y realidades que justamente promueven un análisis de dichas realidades... y es por ello que las organizaciones acuden a nosotros para que les facilitemos materiales.

Cabe destacar que la Fundación no solo entrega los audiovisuales. Cada video cuenta con una guía metodológica que capacita a facilitadoras y facilitadores preparese para hacer uso del video. Dicha guía contiene recomendaciones, preguntas, lecturas sugeridas, y referencias para que se tenga pleno conocimiento del tema, antes de trabajarlo con grupos.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

19. ¿Cómo se realiza el proceso de producción de la idea a la producción audiovisual?

En principio hay que aclarar que Fundación Luciérnaga no elabora en sí los audiovisuales. Nosotros contratamos a una productora amiga llamada “Alba films” que se encarga totalmente de la producción. Nosotros nos encargamos de la elaboración de las guías, la difusión del material, de la gestión de los fondos, etc

Lo que sí puedo comentarles es que todo depende de los temas que son financiados por la cooperación que tienen que ver con los ejes de trabajo de la Fundación. Es decir, el financiamiento influye directamente en los temas a tratar dentro de los audiovisuales.

Cada año, la cooperación abre convocatorias dirigidas a temas específicos. Si Fundación Luciérnaga aplica y logra los fondos se empieza el trabajo en el tema. (así funciona realmente. Todo depende de los temas que son financiables).

Luego, se contrata a la productora y se explica la idea (que responde a la lógica de un proyecto) y ellos hacen un proceso de investigación, recopilación de información, datos, noticias, identificación de casos, posibles fuentes, etc... hasta tener el producto.

20. ¿Cómo está compuesta el área de comunicación actualmente?

El área de comunicación está compuesta únicamente por mí. Eventualmente me asignan pasantes, pero por el momento estoy sola.

21. ¿Qué canales de difusión utiliza Fundación Luciérnaga para promover sus productos audiovisuales?

La página Web de Fundación Luciérnaga (que por el momento está un poco desactualizada).

Canal de Vimeo de La Red Centroamericana de Comunicación

Canal de Youtube de Fundación Luciérnaga

Canales de cables locales con los que Luciérnaga tiene convenios

22. ¿Posee Fundación Luciérnaga alianzas con los medios masivos de comunicación? ¿Cuáles?

Cómo les mencioné anteriormente, la organización posee convenios con 35 canales de cables locales que tienen presencia en 14 departamentos del país a los que se les brinda materiales audiovisuales y ellos los transmiten de forma gratuita.



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Además, recientemente Luciérnaga firmó un contrato con canal 10, el canal con mayor audiencia a nivel nacional, para la transmisión de las 2 temporadas de Loma Verde y los 13 capítulos de Loma Verde Tu programa.

Sin embargo, este último más que alianza fue un contrato de pauta. Luciérnaga pagó al canal por el espacio horario.

23. ¿Crees que los audiovisuales con enfoque social son herramientas de comunicación para contribuir al cambio en la sociedad? ¿Por qué?

Es un poco lo que les comentaba en la pregunta 5. Los audiovisuales permiten mostrar realidades y promover un análisis crítico de dichas situaciones. Las historias mostradas en este formato impactan más que en cualquier otro medio... la imagen en movimiento, combinada con las voces humanas, la musicalización, los datos, las entrevistas con expertos... todo ese conjunto de elementos que componen un audiovisual, más específicamente un documental, permiten llevar mensajes, que la gente se identifique con las realidades, que se conmueva, que reflexione, que se informe, que cambie...

Les comento una historia impactante que sucedió con Loma Verde... Resulta que a raíz de un foro que hizo una organización en Matagalpa, luego de ver el caso de Merche, muchas mujeres de la comunidad acudieron al centro de salud a realizarse una prueba de VIH.

También sucedió que cuando manejaba el fanpage de Loma Verde, hubo gente que me escribía contando sus historias y el cómo la novela les había ayudado a tomar decisiones importantes en su vida... casos de violencia de género, casos de abuso sexual, casos de discriminación por ser trans, etc. Así impactaron estas historias...

El cambio social, como ustedes sabrán, es un proceso... un video no le va a cambiar la vida a las personas de la noche a la mañana. Pero sí contribuye enormemente al cambio de percepciones referente a los temas, que la gente aprenda de las experiencias de los personajes, que la gente se indigne, se preocupe... y así se inician los cambios.

24. Además de documentales y teleseries ¿Qué otros formatos produce Fundación Luciérnaga?

También se produjo la revista Loma Verde Tu Programa, que se transmitió luego de las dos temporadas de la serie. Esta revista abordaba los temas de la novela de forma más específica. Se hacían recreaciones de escenas con algunos televidentes, sondeos, retos con artistas nacionales, entrevistas con expertos, etc.

Pero, principalmente son esos... sumándoles a los materiales sus guías didácticas. Pero en el pasado, la Fundación produjo algunos discos de música campesina en conjunto con el Movimiento de Expresión Campesina. También se realizaron algunos comics sobre soberanía alimentaria, algunas investigaciones



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

sobre el VIH, una guía de turismo rural, una guía de turismo en Centroamérica, entre otros...

25. ¿A qué público se dirigen las producciones audiovisuales de Fundación Luciérnaga?

Eso depende de cada producción... pero, por lo general van dirigidas a todo público, lo único que varía es el enfoque con el que se pueda trabajar el video. Por ejemplo: Hicimos una gira de foros conversatorios con el UNFPA sobre el tema de embarazos en adolescentes dirigidos principalmente a los adolescentes y jóvenes con el enfoque de prevención a través de la realización de un plan de vida que incluyera sus metas, sueños y aspiraciones... pero a los foros acudían madres y padres de familia, delegadas del ministerio de salud, maestros, niños y niñas... entonces abordábamos el tema de forma integral.

Igual sucedió con Loma Verde... el video lo podía ver una mujer, un hombre, jóvenes, viejos... y esa diversidad de público permitía un debate más enriquecedor acerca del tema.

26. ¿Qué elementos técnicos, literarios y sociales toma en cuenta la Fundación al momento de crear un audiovisual?

Como les comentaba anteriormente, se toman en cuenta investigaciones acerca del tema, noticias, historias, estudios de casos para identificar a los personajes, locaciones (que procuran sean los mismo ambientes en los que se desarrollan los personajes, o sea, que sean los más naturales y reales posibles)... (Don Félix Zurita podría ampliarles mejor la pregunta).

27. ¿Por qué los audiovisuales que produce la Fundación son proyectados a través de Cines foros?

Ese es uno de los principales objetivos de la Fundación. Que el video pueda ser usado en espacios de reflexión dentro de la currícula de una asignatura, dentro de un seminario, dentro de un taller... ese es el principal fin. De entregarlos a las organizaciones para que los puedan usar como material de apoyo para la sensibilización de los públicos.

28. ¿Cuál es el objetivo de los cines foros que organiza la Fundación?

Se trata de acercarnos un poco a la comunidad. Principalmente Luciérnaga trabaja con la lógica de las réplicas: entregar los materiales a las organizaciones y capacitarlas en el uso de las guías para que luego ellas los utilicen con sus grupos. Esta dinámica de ser nosotros quienes llevemos los materiales nos



permite retroalimentarnos de las reflexiones de la gente, de la interacción con nuestros públicos finales.

Grupo focal #2

Participantes: Estudiantes de segundo año, turno vespertino colegio Oasis de esperanza

Guia de preguntas:

- 1. ¿Qué Impresión te causo el video? Similitudes y diferencia entre las historias del video**

Participante # 1 (mujer)

“cuando estaba en primer año y en mi escuela salieron tres muchachas embarazadas, dejaron los estudios y se pusieron a criar una tenia marido las otras dos no”

Participante # 2 (varón)

“En el caso de luz marina ella fue apoyada por su esposo y se casó se vio en el video en el caso de Migdalia ella no tenía apoyo y sus padres eran de escasos recursos, bueno ahí en la cuadra vive una de quince año salió embarazada y de nuevo salió embarazada ahorita tiene una pareja y ya no estudia, quería estudiar pero ya no puede”

Participante #3(varón)

“no cumplen sus metas todos sus sueños sus proyectos se va abajo por que se embarazaron, no hayan trabajos les cuesta mucho, sus metas se quedan en el olvido, algunos hombres se preocupan y los otros siguen igual su vida y siguen embarazando a otras, y otros se preocupan y buscan trabajo”

Participante # 4 (mujer)

“que dan pesar esas dos muchachas, no saben a lo que se metieron con dos niños la otra medio le ayudaba su mama y la otra no, por la casa hay docenas que la mama decía que una quería cumplir sus carrera, cumplir todo lo que se quería proponer pero no lo hizo, porque fracasan porque hay que ir a trabajar, lavar pañales.

Participante # 5 (mujer)

“porque no se cuida cuando tienen relaciones, no previenen embarazo porque ya no tienen las mismas metas cuando estaban embarazadas, ya no siguen



estudiantes, ya no cumplen sus metas es difícil seguir estudiando con un bebe porque ahora le toca trabajar”

2. ¿Cuáles son las causas y consecuencias del embarazo en la adolescencia?

Participante #1

Difícil encontrar trabajos por lo que son menores de edad, y no son preparados ahora y más que ahora no puede hallar trabajo si no es bachiller.

Participante# 2

Porque fracasan hay que ir a trabajar, lavar pañales y no pueden seguir trabajando las chavalas, todo se les viene abajo.

Participante#3

Se puede prevenir si la mama la aconseja y ella le explica lo que le sucedió a ella cuando estuvo a su edad y le da consejo para que no salga embarazada si se puede prevenir.

Participante #4

Las chavalas no piensan, hay muchos métodos de protección para eso, trae pobreza, abandono de familia, auto culpa.

Participante #5

Me puso triste, mala onda las dos ellas tan chiquitas y salieron con su panza les trajo la pobreza, Dejaron sus estudios por ponerles atención a sus hijos y a veces también tiene que poner de su parte porque se estresan.



3. ¿Cuál es la Importancia de proyectar medios audiovisuales en la prevención de embarazo en la adolescencia?

Participante 1

No cree importante el uso del video para prevenir, no lo creo importante hay otras formas.

Participante 2

Pues si para que pongan de su parte y miren como ha vivido ella, además ayuda a prevenir a nosotros los jóvenes.

Participante 3

Bien, porque así ayudan a las adolescentes en entender muchas cosas, a que piensen antes de hacer las cosas.

Participante 4

Es importante que los medios de comunicación rompan con estos esquemas que se están viviendo en esta sociedad para que el futuro de los jóvenes sea mejor porque si no se transmitieran estos tipos de video talvez todos estuviéramos en esa situación, sería muy importante que los medios de comunicación inculquen a los jóvenes, estos temas que no es malo, en otros casos unos avanzan y otros quedan.

Participante 5

Nos ayudan a prevenir tanto en la comunidad o el país, nos ayuda a reflexionar tanto a hombres y mujeres.



Grupo Focal ¡Muy Machos!

1. ¿Por qué soy hombre?

Participante # 1

Por mis características fisiológicas, estilo de vida y trato social.

Participante # 2

Porque nacemos con el órgano masculino, ser hombre es crecer con buenos valores no querer maltratar a las personas débiles.

Participante #3

Bueno soy hombre porque desde el seno de mi familia me han inculcado el significado de esa palabra lo cual debe llevar valores responsabilidad y honestidad.

Participante#4

Creo que ser hombre es hacer actividades que según la sociedad caracterizan a este género quienes define los géneros es la sociedad, sin embargo, supongo que ser hombre es sentirse bien con lo que se hace y no por lo que te obligan.

Participante # 5

Soy hombre porque las decisiones que tomo las hago con responsabilidad, porque es importante ser responsable ya que eso nos sirve a llevar una vida más segura conmigo mismo como la de mi pareja u otros allegados.

¿Cuál fue su impresión al ver como Chico maltrataba a Merche?

Josué: me dio enojo por el trato que tuve con ella

Fidel: fue mal , porque si fuera mi he hermana o mi mama no me gustaría , el machismo en esta sociedad es muy fuerte, se ha visto que las mujeres desempeña un rol mucho mayor que el hombre, lava, plancha, cuida los niños, me dio impotencia ver ese maltrato.

Francisco: se siente mal ver que a una mujer la estén maltratando, si yo llegara a ver esa situación en la calle, de estarle pegando a un mujer, yo la defendería ,



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

porque es algo que lo traigo y me cae mal en un hombre, eso (el maltrato) ya se trata desde la familia y tiene que parar, porque cada persona tiene su forma de pensar y aceptar los errores y con palabras, porque con golpes no se hace nada , como el ejemplo de Chico que lo que hizo le causo el problema de meterlo a la cárcel.

Eliezer: lo primero que causa es enojo e impotencia porque como es una relación de pareja en la cual uno no se puede meter, porque al final vienen a caer en lo mismo, talvez el hombre cuando era niño miro ese mismo maltrato y retomo ese mismo rol e igual la mujer miraba el maltrato que le daban a su mama y ella carga con ese mismo actuar, causa impotencia y da ganas de actuar inmediatamente, cuando uno ve a una persona en peligro el instinto es ayudar y evitar una tragedia.

Bosco: cuando yo vi esa imagen fue como una mezcla porque me dio enojo y me conmovió mucho , fue como verme en un espejo porque creo que no solo mi familia si no muchas personas pasan por eso, al mismo tiempo que yo veía como maltrataban a una mujer , pues yo también sentía ese deseo, rabia y ganas de actuar con violencia contra aquel que estaba haciendo daño, me regreso al pasado.

¿Cuál es el papel que juega la familia y la comunidad en situaciones de violencia?

Josue: el rol de la familia debería de ser el pilar , debería de actuar también porque si esta malo, no le llevara a hacer algo bueno , los padres o los hermanos deberían ayudarlos.

Fidel: la familia permite que suceden esas cosas y la sociedad lo ve normal, pero si la sociedad paran eso y las organizaciones entonces el hombre va a tener mayor temor.

Francisco: si hay maltrato en la familia, algunas familias piensan en actuar y defender a esa persona otras simplemente se quedan viendo y no hacen nada, talvez porque no se quieren meter o son ajenos , o si son de la familia le tienen



miedo la persona que esta maltratando a la otra, el miedo permite que la siguen maltratando.

Con respecto a las ONG's deberían de trabajar no en infundir miedo a los hombres sino en tratar de cambiar la forma de pensar para que no siga sucediendo porque sería lo mejor.

Eliezer: el rol que juega la familia en cuanto al maltrato es importante, porque violencia genera violencia. Y una familia violenta los menores de edad van a tomar ese ejemplo , a seguir con la misma raíz de la violencia, en el seno familiar no debería haber maltrato seguir con los buenos valores que les enseñan.

Con respecto a la sociedad deberían de concientizar a los jóvenes que están empezando una vida conyugal , con lo que respecta con las leyes, es ser un poco más riguroso porque en ocasiones las denuncias no le daban mucha importancia y también las mujeres retiraban la denuncia porque sentían que iban a quedar sola con sus hijos, creo que pensar por el bienestar de los hijos uno siempre va a superar los obstáculos que les ponen.

Bosco: lo de la familia es importante porque se habla de leyes, ¿pero que pasa en la mente de los hombres?, en lugar de mejorar esta peor , ahora ya no lastiman a la mujer también las matan , estoy de acuerdo en lo que se dice que no deben de infundir miedo, es en la familia que viene todo. Lo que se vive en la familia se refleja en la sociedad , si en la familia hay violencia lógicamente existe un ciclo, que lo repite sin acabar.

Lo de las ONG's es apoyar a las familias y formar verdaderos hombres.

¿Por qué es importante utilizar herramientas audiovisuales con enfoque social?

Josué: es una herramienta de apoyo asi refleja y nos hace pensar la situación en la que hemos estado involucrado tanto directa como indirectamente, es fundamental para ayudar a cambiar la mentalidad de algunas personas , en este caso varones que están encerrados en



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

un estilo de vida que piensas que ciertas características forman un hombre , entonces, nosotros rompemos ese esquema y de esa manera este material ayuda a mejorar estas actitudes. hay que enfocarse en un tema a profundidad y ver las dificultades y poner las consecuencias , por ejemplo en caso de los embarazos no deseados poner las repercusiones sobre el embarazo,

Fidel: son útiles siempre y cuando se enfoquen en el problema que se está desarrollando , porque si el mensaje no está claro como lo van a entender , ahora la herramienta del videose usa por las nuevas tecnologías.

Los medios de comunicación tiran las problemáticas sociales como propaganda para fomentar machismo y no de una forma de concientizar más claro y preciso.

Francisco: es importante porque nos ayudan a tener una mejor visión y una mejor realidad y nos ayudan a desarrollar las respuestas basadas en hechos reales.

Yo pienso de que no está mal que los medios masivos incorporen temáticas sociales enfocados en una sola temática, por ejemplo hablar de VIH hablar de los síntomas, si la persona se muere o como lo adquiere, seria de mejor impacto en las personas, igual podrían presentarse en capítulos porque las personas ven muchos canales nacionales y ayudaría.

Eliezer: es importante porque hay muchas personas que se identifican sienten nostalgia y se reencuentran con si mismo, creo que las imágenes hablan mas que mil palabras , se siente uno que lo están viviendo y con respecto a los spot publicitarios es importante incorporarlos porque eso hace que la sociedad se de cuenta de las problemáticas , son importantes porque también dan mensajes de que uno tiene que cambiar de vida , de lo común a lo cotidiano, debe mejorar uno como persona.

Bosco: es importante porque es la única forma de llegar a la gente, si se utilizan los medios de masas , por ejemplo si hoy en día se pone a leer un chavalo en un periódico no lo leen porque hoy solo están pegados en el televisor , es importante



porque es la única forma de llegar a la gente y creo que si se debería de concientizar a través de los medios y no solo llenar de publicidad barata cualquier otra cosa, menos de las cosas que importan.



Grupo Focal 1

Estudiantes de sexto grado del colegio Oasis de Esperanza turno matutino

Preguntas sobre el audiovisual “Casa de Muñecas” realizado por Fundación Luciérnaga:

²Preguntas de reflexión:

1. ¿Qué impresión te ha producido? ¿Crees que se trata de una situación muy particular o que es bastante frecuente? ¿Conoces otras historias similares?

Participante# 1 me pareció muy interesante ver que la niña de 14 años quería tener un futuro mejor, casarse , prepararse pero no se pudo porque se embarazo a temprana edad,

Participante #2, el video me pareció como un ejemplo para todas nosotras para no salir embarazada porque es un riesgo para nosotras y para el bebe.

Participante # 5 el video nos ayuda a pensar sobre los embarazos en adolescentes y no hacerlo, mi tía quedo embarazada a los 15 años .

Participante # 6 es un video muy bueno para no tener un hijo a temprana edad y hacernos proyectos de vida.

Participante # 7 Es muy interesante para nosotros los hombres que no cometamos esos errores

Participante # 8 el video es muy importante implica las acciones de las muchachas porque no piensan en su vida si quieren tener trabajo o no, como la parte de la joven que quería estudiar y cuando la niña creció ya no pudo y se fue a pedir trabajo para criar a su hija, el hecho de que el embarazo sea la puerta de la pobreza es que impiden la realización de las jóvenes y sus metas, el varón también tiene que pensar si quiere embarazar a una joven todo depende de una planificación familiar.

En mi barrio hay una muchacha que salió embarazada a sus 15 años y tiene dos hijas, quería estudiar pero no pudo.

Participante # 9 Las dos se podían morir por el bebe, eran de la misma edad, a las dos muchachas tenían sueños y metas por cumplir.

² Algunas de estas preguntas fueron tomadas de la guía didáctica que contenía el audiovisual “casa de muñeca” producido por Fundación Luciérnaga.



Participante # 10, es muy interesante ya que a las dos muchachas querían estudiar tener su familia y trabajar y se les vinieron sus planes abajo, el embarazo a temprana edad tiene consecuencias como perder su salud, como la educación.

En el caso de Luz Marina fue apoyada por su pareja porque se casaron y Migdalia no tenía marido , estas cosas pasan en todas las partes de Nicaragua no importa si es urbano o rural.



Entrevistas a Aliados estratégicos



Instalaciones de Puntos de Encuentro



Oficinas de Fe y Alegría.



Entrevista a Douglas Mendoza, Puntos de Encuentros



Entrevista a Leslie Gómez, Coordinadora de proyectos de Fe y Alegría



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo



Entrevista a Roberto Guillen, Productor de MF la serie



Entrevista a Graciela Castillo, Coordinadora de área de Comunicación en Fundación Luciérnaga



Entrevista a Félix Zurita, Fundador de Fundación Luciérnaga y Director de Alba Films



Entrevista a Wendy Paiz, Directora de Fundación Luciérnaga

Fundación Luciérnaga





Participantes del grupo focal



Estudiantes de sexto grado de primaria del colegio Oasis de Esperanza en grupo focal I



Preproducción de Grupos Focales realizados en el colegio Oasis de Esperanza



Estudiantes de segundo año, en el colegio Oasis de Esperanza en Grupo Focal II





Participantes del grupo focal III respondiendo las preguntas de reflexión sobre el documental “Muy Machos”



Participantes viendo el documental “Muy Machos “de Grupo Focal realizado con varones”



ANEXO I

Directorio de contacto con los canales locales de TV en Nicaragua

DEPARTAMENTO	CANAL TV / MUNICIPIO	COMUNICADOR/A	CORREO-E	TFNO.
RACCN (7)	TV7 (Bilwi)	Jerry López	jerrykumi290671@yahoo.com	27922230 85040131
	Canal5Uraccan (Bilwi)	Raúl Davis	rauldavisster@gmail.com	88554724
	Canal 3 (Bonanza)	Anielka Barreto	anielkasep@yahoo.es	86593753 87420361
		Alexander Corda		
	Canal7Atlantic TV (Bonanza)	Eliecer Ernoa	eliecerno@gmail.com	86923895
	Canal 7 (Rosita)	Alberto Flores		86086842
	Canal 28 (Siuna)	Erick Sánchez	ericklagossanchez@gmail.com	57174132
	Canal 25 SV Siunavision (Siuna)	Marlen Valdivia	ssoportesiuna@gmail.com	85016501
RACCS (3)	Canal 5 Telecable (Bluefields)	EvynHodgson	evynh21@hotmail.com	84155781
	Canal 3 NGTV (Nueva Guinea)	Galo Suarez	losgaloss@yahoo.es	25750351 87340770
	Canal 17 [11 y 18] (Nueva Guinea)	Sandra Martínez	msandrleon@yahoo.es	84019653
		Rudeth Urbina		55027606
Río San Juan (1)	Canal 19 - Visión Global (San Carlos)	Miguel Urbina	mglurbina@yahoo.com	78970204
Chontales (4)	Canal 20 (Juigalpa)	Yerlin Cruz Urbina	yerlincruzurbina@hotmail.com	78259405
	Canal 17 Telecentro (Juigalpa)	Leonel Fletes	tlcnoticias@yahoo.com	83673255
	Canal 15 (Santo Tomás)	Jhoel Guzmán	jhoelguzman87@yahoo.es	89021704
	Canal 13 - Close Up TV (San Pedro de Lóvago)	Edgard Calderón	applemoon_p_video@hotmail.com	89240807
Boaco (4)	Canal 50+ Gente TV (Boaco)	Edwards Raphael Martínez	edwards.boaco@yahoo.es	83558898
	Canal 3 (Boaco)	Danilo García	canal3enterprize@gmail.com	
		Henry Mejía	hengar2690@gmail.com	25424910
	Canal 9 TV Centro (Camoapa)	Francisco Rocio Poarra	camoapatvcentro@hotmail.com	84019372 88391921
	Canal 5 [18 Enterprize] (Camoapa)	William Castilla	flanc_boy85@yahoo.es	25492305 88335860



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo

Masaya (1)	Canal 48 (Masaya)	Roger Meléndez	protelsamasaya@yahoo.com	81462679
		Maryuries Martínez		81462679
Jinotega (2)	Canal 7 Telecable (Jinotega)	Maria José Zelaya	gerencia.jn@telecable.com.ni	85439763
		Natyely Cano; Selena Cruz		88523085
	Wangki Tv Canal 20 (Wiwili)	Julio Barahona		83592856
Nueva Segovia (3)	Canal 3 MegaVision (Jalapa)	Luis Felipe Flores	lflores353@yahoo.com	86469821
	TV Norte - Canal 19 y Canal 11 (Ocotal)	Bernardino Chavarría; Jacqueline Molina	dinocotal@yahoo.com	27320333 86661090
	Canal 20(Ocotal)	Aníbal Cáceres	caceresnaira@yahoo.com	88390825
Madriz (1)	Canal 19 Tele Amistad (Somoto)	Erick Barantes	barranteser@gmail.com	86559802
		Eduardo Caracas	oaip@alcaldiasomoto.gob.ni	86111668
Estelí (2)	Canal 35TeleNorte (Estelí)	William Solis	telenorte@hotmail.com	27137540 86291426
		Josseling Solis		88496647
	Canal 46 RTV (La Trinidad)	Roberto Meza		27162493 85238851
Matagalpa (2)	Canal 48 Notimatv (Matagalpa) y Canal 49 (Sébaco/ Jinotega)	Eduardo Montenegro	edmonjr@hotmail.com	27724848 87326690
	Canal 21 (Ciudad Dario)	Edu Urbina Rodas	edurodas15@yahoo.es	27763825 84461450
León (1)	Canal 9 LTV (León)	Elmer Loaisiga	elmerloaisiga@gmail.com	84174030
		Eddy López		89341069
Carazo (1)	Caravision (Jinotepe)	Josué Rodríguez	tepublika19@gmail.com	25322071
Chinandega (3)	Canal 9 Telecable (Chinandega)	Alberto Acosta	TCcanal9@gmail.com	86723365
		Scarleth Martínez	tccanal9@gmail.com	23418299
	Canal 5STV (Somotillo)	Ronaldo Moncada	stvronaldo@hotmail.com	86988221
	CableMar - Canal 5 (Corinto)	Mª Auxiliadora Arce	mariaarce1978@yahoo.es	23422812
14	35	48	TOTALES	



ANEXO III

Evidencia gráfica. Canales locales TV



Canal 5 STV (Somotillo)



Canal 9 Telecable (Chinandega)



Canal 9 LTV (León)



CableMar (Corinto)



Canal 48 Notimatv (Matagalpa)



Canal 21 (Ciudad Dario)



Caravision(Jinotepe)



Canal 7 Telecable (Jinotepe)



TV Norte (Ocotal)



Canal 3 MegaVision (Jalapa)



Canal 46 RTV (La Trinidad)



Canal 19 Tele Amistad (Somoto)



Canal 35 TeleNorte (Estelí)



Canal 15 (Santo Tomás)



Close up TV (San Pedro de Lóvago)



Productos audiovisuales como herramientas de comunicación para el desarrollo



Canal 9 TV Centro (Camoapa)



Canal 20 (Juigalpa)



Canal 17 Telecentro (Juigalpa)



Canal 3 (Boaco)
Boaco Visión (Boaco)



+ Gente TV (Boaco)



Canal 11



Canal 3 NGTV (Nueva Guinea)
Global (San Carlos)



Canal 17 (Nueva Guinea)



Visión



Canal 48 (Masaya)
25Siuna Visión (Siuna)



Canal 5 Telecable (Bluefields)



Canal



Canal 7 Atlantic TV (Bonanza)



TV7 (Bilwi)



Canal 5 Uraccan



Más que televisión

De la Mansión Teodolinda
2 Cuadras Abajo
Teléfono: (505) 2222-7788
Fax: (505) 2222-7814
www.canal10.com.ni

Constancia de Medición de Rating

Por este medio hago constar que el programa **LOMA VERDE** se transmite por CANAL 10 los días domingo en horario de las 11:30 am, del que validamos en el más reciente estudio de medio elaborado por Media Gurú los siguientes resultados de Rating:

Managua 4.7

Departamentales 2.9

Total nacional: 7.6 Rating

La muestra de este estudio fue de 824,000 personas a nivel nacional el 7.6 de rating representa $7.6 * 824,000 = 6,262,400 / 100 = 62,624$

Cabe mencionar que canal 10 es el líder indiscutible de la televisión nacional con una participación total de lunes a Domingo de 69.9%

Sin más a que referirnos

Atentamente,


Lic. Walter A. Méndez Rivas
Gerente de Programación RATENSA
Canal 10
Tel. 2222-77-88 Ext. 25375
Cel: 88569781
Email: walter.mendez@ratensa.com.ni