



**FACULTAD DE HUMANIDADES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE  
LA COMUNICACIÓN**

**TESIS**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR  
LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS  
AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO  
DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO  
2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Autor:**

**Bach. Guerrero Baca, Jean Pear**

**Asesora:**

**Dra. Vidaurre Nieto, Cecilia Lourdes**

**Línea de Investigación:**

**Comunicación y Desarrollo Humano**

**Pimentel – Perú**

**2019**

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS  
CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO  
NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO 2019**

**Aprobación del Jurado**

---

DRA. VIDAURRE NIETO CECILIA LOURDES  
Asesora

---

DRA. PAREDES DELGADO SHARON SOLEDAD  
Presidente del Jurado de Tesis

---

MG. ARIZAGA OLAYA YESSICA EUNISSI  
Secretario del Jurado de Tesis

---

MG. TORRES MIREZ KARL FRIEDERICK  
Vocal del Jurado de Tesis

## **DEDICATORIA**

A mis padres, Martin Guerrero García y Dilsan Baca Guamuro; quienes me brindan siempre su apoyo incondicional e impulsan a seguir siempre adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi asesora, la Dra. Cecilia Vidaurre, quien con sus conocimientos y experiencia me supo orientar para el desarrollo de la presente investigación y de igual forma a la Dra. Sharon Paredes, directora de la EAP CC.CC., por su apoyo constante e incondicional.

## **RESUMEN**

Esta investigación buscó proponer una estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019, y se desarrolló bajo la metodología mixta con un diseño descriptivo – propositivo. Se plantearon los objetivos tales como, identificar las competencias de los integrantes del club de periodismo para la realización de contenidos audiovisuales, identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo y elaborar la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales del club de periodismo. Se utilizaron los instrumentos como cuestionario, guía de observación y la entrevista, obteniendo como resultados que las competencias de los integrantes del club no son desarrolladas de manera favorable, iniciando por la competencia de redacción, la cual evidenció que casi nunca han redactado una nota periodística, y respecto a la competencia de fotografía y dominio de la cámara de video no tienen los conocimientos necesarios para poder desarrollarla, esto debido a la falta de apoyo de sus docentes y la falta de capacitación por parte del club. Ante ello, se elaboró una propuesta, la cual pretende reforzar las competencias de los integrantes del club y fortalecer sus conocimientos, mediante diferentes talleres como de redacción e interpretación de textos, lenguaje audiovisual, realización de contenidos audiovisuales de calidad, y capacitaciones a los docentes del club.

**Palabras Claves:** Estrategia, Contenidos, Audiovisuales, Periodismo

## ABSTRAC

This research sought to propose a communication strategy to improve the quality of audiovisual content in the journalism club of the San José National School, Chiclayo 2019, and it was developed under the mixed methodology with a descriptive - proactive design. The objectives were set such as, identify the competences of the members of the journalism club for the realization of audiovisual content, identify the audiovisual content made by the journalism club and develop the communication strategy to improve the quality of the audiovisual content of the club of journalism. The instruments were used as questionnaire, observation guide and interview, obtaining as results that the competences of the members of the club are not developed in a favorable way, starting with the writing competence, which evidenced that almost never have written a journalistic note, and with respect to the competence of photography and mastery of the video camera do not have the necessary knowledge to develop it, this due to the lack of support from their teachers and the lack of training by the club. Before it, a proposal was elaborated, which aims to reinforce the competences of the members of the club and strengthen their knowledge, through different workshops such as writing and interpretation of texts, audiovisual language, realization of quality audiovisual content, and training to the teachers of the club.

**Keyword:** Strategy, Contents, Audiovisuals, Journalism

## ÍNDICE

Aprobación del Jurado .....	ii
DEDICATORIA .....	iii
AGRADECIMIENTO .....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRAC.....	vi
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Planteamiento del Problema.....</b>	<b>11</b>
<b>1.2. Antecedentes del Estudio .....</b>	<b>13</b>
<b>1.3. Abordaje Teórico.....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.1. Estrategia de comunicación. ....</b>	<b>17</b>
<b>1.3.2. Calidad de contenidos audiovisuales. ....</b>	<b>20</b>
<b>1.3.3. Club de periodismo escolar.....</b>	<b>23</b>
<b>1.4. Formulación del Problema .....</b>	<b>26</b>
<b>1.5. Justificación e Importancia del Estudio .....</b>	<b>27</b>
<b>1.6. Objetivos .....</b>	<b>27</b>
<b>1.6.1. Objetivo General.....</b>	<b>27</b>
<b>1.6.2. Objetivos Específicos. ....</b>	<b>27</b>
<b>1.7. Limitaciones.....</b>	<b>28</b>
<b>II. MATERIAL Y MÉTODO .....</b>	<b>28</b>
<b>2.1. Tipo de estudio y Diseño de la investigación .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2. Escenario de Estudio .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3. Caracterización de Sujetos .....</b>	<b>28</b>
<b>2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos.....</b>	<b>29</b>
<b>2.4.1. Técnicas.....</b>	<b>29</b>
<b>2.4.2. Instrumentos. ....</b>	<b>30</b>
<b>2.5. Procedimientos para la Recolección de datos .....</b>	<b>31</b>
<b>2.6. Procedimientos de Análisis de Datos.....</b>	<b>31</b>
<b>2.7. Criterios Éticos .....</b>	<b>32</b>
<b>2.8. Criterios de Rigor Científico .....</b>	<b>33</b>
<b>III. REPORTE DE RESULTADOS .....</b>	<b>34</b>

<b>3.1. Análisis y discusión de los resultados.</b> .....	34
<b>3.1.1. Resultados</b> .....	34
<b>3.1.2. Discusión</b> .....	54
<b>3.2. Consideraciones finales</b> .....	56
<b>3.3. Propuesta</b> .....	58
<b>REFERENCIAS</b> .....	83
<b>ANEXOS</b> .....	86



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. La actividad periodística desarrollada en el club forma parte de su vocación profesional de periodista.....	34
Tabla 2. Géneros periodísticos que desean tener mayor aprendizaje .....	35
Tabla 3. Frecuencia de redactado de una nota periodística para el club.....	36
Tabla 4. Frecuencia de lectura de notas, artículos, revistas, libros u otros .....	37
Tabla 5. La competencia de interpretación mejoró como integrante del club de periodismo...	38
Tabla 6. Estudios o talleres sobre fotografía .....	39
Tabla 7. Dominio de la cámara de video durante una grabación .....	40
Tabla 8. La competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales .....	41
Tabla 9. Identificación de tipos de planos para la realización de contenidos audiovisuales.....	42
Tabla 10. Identificar la estructura de una nota periodística .....	43
Tabla 11. Apoyo de los docentes del área de comunicación para mejorar tu redacción y ortografía.....	44
Tabla 12. Capacitaciones del club de periodismo sobre redacción periodística .....	45
Tabla 13. Resultados de los vídeos observados del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo.....	46
Tabla 14. Perfil de los expertos en contenidos audiovisuales .....	48
Tabla 15. Resultados de la entrevista a cada experto en contenidos audiovisuales .....	48

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Vocación profesional por el periodismo .....	34
Figura 2. Aprendizaje de un género periodístico.....	35
Figura 3. Competencia de redacción.....	36
Figura 4. Competencia de lectura .....	37
Figura 5. Competencia de interpretación .....	38
Figura 6. Competencia en fotografía .....	39
Figura 7. Competencia de dominio de cámara de video en una grabación.....	40
Figura 8. La competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales .....	41
Figura 9. Identificación de tipos de planos para la realización de contenidos audiovisuales ..	42
Figura 10. Identificación de la estructura de una nota periodística .....	43
Figura 11. Apoyo de docentes de comunicación para mejorar redacción y ortografía.....	44
Figura 12. Capacitación sobre redacción periodística por parte del club .....	45

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Planteamiento del Problema**

En las últimas décadas, a nivel internacional, el internet y las redes sociales han cambiado nuestra vida en distintos aspectos, siendo uno de ellos, el consumo de diferentes contenidos audiovisuales de forma online, teniendo como mayor audiencia a los jóvenes, conllevando a la aparición de plataformas de videos por internet contando así con una alta demanda; tal es el caso, de la plataforma Netflix, el cual comenzó su estrategia de comunicación centrándose en la calidad de sus contenidos audiovisuales, pasando a internacionalizarse en el 2010 y para el año 2017 ya estaba presente en 190 países, y su éxito se debe a que demuestra que las estrategias de comunicación deben evolucionar y adaptarse a la nueva realidad (Del Pino Silva, 2017). Entonces, una estrategia de comunicación debe estar siempre actualizada y adaptada a los cambios de hoy, sobre todo a los tecnológicos, pues esto permite desarrollar contenido audiovisual de calidad.

No obstante, se debe tener en cuenta que, en la actualidad, los jóvenes no solo consumen los contenidos audiovisuales, sino también los producen y se ha convertido así en una práctica muy común, teniendo como herramienta principal la tecnología, pues solo basta con tener una computadora, videocámara, un móvil o cualquier tipo de equipo que permita grabar, para luego subirlo a alguna plataforma digital de fácil acceso. Sin embargo, no solo consiste en grabar, sino también tener en cuenta el contenido del audiovisual que se transmitirá, que deberá ser un mensaje claro y preciso; encontrando ahí la importancia de su estructura, el cual inicia con un buen guion y una buena redacción. Es por ello, que los comunicadores de hoy fomentan la práctica comunicativa, enfocándose en la escritura, desarrollando habilidades cognitivas, socioculturales y lingüísticas. (Jordán, 2016)

Hoy en día los periodistas, deben contar con un dominio en comunicación digital como en medios tradicionales, pero sobretodo necesitan tener y desarrollar las bases esenciales del periodismo como humanidad, responsabilidad social, imparcialidad, investigación, dominio de los diferentes géneros periodísticos, sintaxis, y redacción, teniendo en claro que esta última debe ser bien desarrollada, pues es una técnica fundamental para esta profesión. Aun así, se carece de esta técnica y de los conocimientos culturales necesarios, como lo menciona Juan Carlos Mestanza, ex coordinador regional de diario El Comercio de Guayaquil, cuán pertinente

es ampliar los conocimientos de cultura general y el dominio de procesos de redacción periodística, pues saber redactar una noticia es primordial.

Es así, que en Guayaquil - Ecuador en el año 2014 se forma un club de periodismo, donde los estudiantes empezaron a elaborar notas periodísticas, logrando modificar y desarrollar determinadas actitudes, capacidades en liderazgo, seguridad, trabajo en equipo, desenvolvimiento escénico, creatividad y habilidades con mayor facilidad. Como consecuencia obtuvieron el descubrimiento de estudiantes de colegio cuya vocación se ha pulido gracias a la práctica temprana en temas de redacción, mejorando así, su calidad de estudiantes al ser universitarios.

En el Perú, en el año 2002, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), apoyó al diario El Comercio de Lima, quien llevó adelante el proyecto “El Comercio en la escuela”, que fue un emprendimiento de responsabilidad social empresarial, y que desarrolló proyectos como “Corresponsales escolares” y “Profesores informados”. De esta manera los clubes de periodismo escolar, surgieron como proyectos educativos en colegios de diversos distritos del país, cuyo objetivo era promover las competencias comunicativas de los alumnos. (Albarello, Canella, & Tsuji, 2014)

Asimismo, el Ministerio de Educación (MINEDU) a través de la resolución ministerial N° 281-2016 aprueba el currículo nacional de la educación básica, resaltando las competencias cinco y seis, las cuales toman como iniciativa que los alumnos sepan investigar y redactar. En la competencia cinco; aprecia de manera crítica manifestaciones artístico-culturales, haciendo énfasis en que el estudiante investigue, comprenda y reflexione sobre manifestaciones de su entorno, permitiendo desarrollar habilidades de percepción y de análisis. Con respecto a la competencia seis, crea proyectos desde los lenguajes artísticos, y hace referencia a que los estudiantes expresen sus sentimientos e ideas de diferentes maneras, uno de ellos el arte visual, como lo son fotografías, audiovisuales, desarrollando así, habilidades imaginativas, creativas y reflexivas. (Ministerio de Educación, 2016)

En la ciudad de Lambayeque, en la década del 60 surgió un club de periodismo del colegio nacional San José ubicado en la provincia de Chiclayo, denominado “José Carlos Mariategui”, que con el pasar de los años dejó de estar activo, pese a ello, en el año 2016 vuelve a iniciarse pero ahora en honor a un ex alumno, periodista y docente de este colegio, se denomina club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”, el cual se encuentra con la

problemática que los alumnos integrantes del club presentan deficiencias en la redacción, al no contar con un esquema o estructura a seguir, y esto se ve reflejado en los contenidos audiovisuales que producen. Se llegó a observar en su cuenta de Facebook que la mayoría de los contenidos audiovisuales eran transmisiones en vivo y no realizan notas informativas de sus eventos institucionales, con una narración básica de voz en of, entrevistas o stand up.

Dicho esto, la presente investigación pretende proponer una estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza” del colegio nacional San José, con la finalidad que los alumnos desarrollen sus competencias periodísticas correctamente, iniciando con una buena redacción para sus notas informativas y reportajes, generando así que sus contenidos audiovisuales sean de calidad y descubran una forma de expresión y creatividad acorde a la realidad en la que se desenvuelven. Todo ello, aportará a su desarrollo como profesionales, aprendiendo a expresarse de la manera correcta e idónea.

## **1.2. Antecedentes del Estudio**

Galán (2016), en su tesis “Análisis de presentaciones audiovisuales desarrolladas en proyectos de vinculación con la comunidad por los estudiantes de 5to semestre y 4to nivel de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, 2016”, presentó como objetivos analizar el porque los estudiantes no contaban con buenas presentaciones audiovisuales al momento de ejecutar un proyecto de vinculación en la comunidad, investigar el grupo de personas que serán analizadas y proponer la realización de seminarios de concientización para la producción de una buena presentación de trabajos audiovisuales. Se desarrollo bajo la metodología cualitativa, exploratoria, descriptiva, explicativa con un tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, aplicando instrumentos como la encuesta y entrevista. Se obtuvo como resultado, que los estudiantes afirman que no existía una buena presentación audiovisual, pues la mayoría califica que sus conocimientos para elaborar dichas presentaciones solo es buena, debido a que no tenían una guía para un mejor desarrollo y tampoco llevaron capacitaciones o seminarios, pero si les gustaría contar con ello y poder realizar buenas presentaciones de contenido audiovisual en sus proyectos de vinculación en la comunidad.

Jaramillo (2017), en su investigación “Estrategias de comunicación audiovisual para la proyección de la gobernanza de la alcaldía de Itagüí en el periodo 2017-2020”, tuvo como objetivos describir las necesidades de proyección de la alcaldía de Itagüí en relación a sus públicos objetivos, definir los estilos visuales que definían su imagen corporativa, comparar con otras instituciones gubernamentales del mundo el manejo de las estrategias audiovisuales, e implementar estrategias audiovisuales que apoyen a la proyección de la gobernanza en consonancia con la identidad visual de la alcaldía de Itagüí. La metodología utilizada en esta investigación fue cualitativa desarrollando técnicas como los grupos focales y el análisis de contenido. Llegó al resultado, que la oficina de comunicaciones si tenía un programa de televisión que era transmitido los fines de semana, sin embargo, el comité de prensa indicó que por ese medio no lograban informar de manera inmediata los acontecimientos de la ciudad a la población, por ello, se decidió dar un mayor enfoque por las redes sociales, pero el comité de este medio indicó que los videos eran el formato menos utilizado y la interacción de los usuarios no era la esperada; determinando que era urgente la generación de contenidos en este formato para impulsar la actividad de las redes sociales de la alcaldía.

Román (2016), en su investigación “Análisis de las estrategias de comunicación de las startups españolas. estudio de casos”, estableció como objetivos identificar la situación de la estrategia, comunicación y figura del encargado de comunicación en las startups españolas, analizar cómo se gestiona la actividad comunicativa y conocer la importancia de las redes sociales en la estrategia de comunicación de las startups. Utilizó la metodología de triangulación metodológica empleando técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas con instrumentos como cuestionario, investigación documental y entrevistas. Teniendo como resultado, que nueve de cada diez startups españolas cuentan con un responsable de comunicación, los cuales se ocupan de las relaciones con los medios y otros de la comunicación digital, pues está es su área prioritaria que constantemente busca lograr presencia en medios, recalcando que las redes sociales juegan un papel primordial en su estrategia de comunicación.

Burgos (2018), en su tesis “Análisis de la evolución de contenidos científicos en la creación de audiovisuales. Un guión para aprender a enseñar por proyectos a futuros docentes”, cuyos objetivos fueron analizar el material necesario para la elaboración del audiovisual, y elaborar una propuesta educativa encuadrada en el aprendizaje por proyectos, y así futuros profesores de primaria y secundaria elaboren audiovisuales educativos de contenido científico

atravesando por todas las fases de su producción. Su metodología fue mixta con un análisis cualitativo y cuantitativo, realizando una comparativa entre los estudiantes, con un estudio en la estructura y análisis de contenido de los documentos, del texto literario, el guion y el audiovisual. Se encontró en resultados que, casi todos los audiovisuales tenían datos que aportaban información sólo perceptible por medio de la imagen, que no se mostraba en un texto, así también, cuando los alumnos representaban el contenido como diálogo, éstos memorizaban los diálogos y después lo adaptaban de forma personal; a veces excluían en los diálogos datos que estaba en las imágenes y no consideraron importante verbalizar, pero, en otros casos agregaban diálogos para relatar lo que se exponía.

Baldeon (2018), en su investigación “Estrategias de comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho; planteó como objetivos caracterizar a los actores involucrados, caracterizar y analizar los recursos comunicacionales utilizados en la ejecución del proyecto y caracterizar y analizar las estrategias de comunicación para reconocer la que más contribuía a la mejora pedagógica. La metodología aplicada fue un enfoque mixto – descriptivo, y cualitativamente permitió un profundo análisis de los recursos y estrategias de comunicación trabajados por el proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida”; así también el abordaje cuantitativo que ofreció la posibilidad de sistematizar los resultados por medio de encuestas que permitieron alcanzar datos concisos sobre la percepción de los actores sobre las estrategias de comunicación de mayor aporte. Se obtuvo como resultados, que las estrategias comunicales que se complementan y las idóneas son la estrategia de relaciones humanas establecidas en el trato diario, participación activamente y finalmente la retroalimentación y acompañamiento entre los actores de la comunidad educativa.

García (2017), en su tesis “Propuesta de modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico para fortalecer la producción audiovisual de los estudiantes de ciencias de la comunicación, Trujillo – 2017”, estableció como objetivos diagnosticar el nivel de conocimiento referente a producción audiovisual y cinematografía de los estudiantes, identificar los formatos de producción audiovisual y sus componentes producidos, diseñar una propuesta de modelo estructural de videoclip. La metodología de la investigación fue cuantitativa y se perfiló como descriptiva-propositiva, aplicando instrumentos como cuestionario y guía de análisis documental audiovisual, al ser aplicados se puede afirmar en

los resultados que los cortometrajes analizados si cumplían con los componentes básicos como la narrativa del discurso cinematográfico y encuadres fotográficamente compuestos, en su gran mayoría, planos y ángulos definidos, pero en ciertos casos se mostró la falta de composición musical, banda sonora o soundtrack para cada formato.

Castillo (2016), en su investigación titulada “Los aportes de las formas narrativas y un nuevo lenguaje audiovisual en los programas de gastronomía en la televisión peruana (2011 – 2013)”, presentó como objetivo describir las peculiaridades del lenguaje audiovisual y las formas narrativas en programas de cocina de la televisión peruana, describir los elementos del lenguaje audiovisual, y detallar los elementos determinados de los modos narrativos que suponían una creación en dichos programas. Se desarrolló bajo la metodología cualitativa utilizando el análisis de contenido analizando las unidades de estudio que son los bloques de los episodios de determinados programas y así identificó cuáles son los elementos más recurrentes que se desglosan del lenguaje audiovisual. Se llegó al resultado, que en el caso del programa Recuerdos de cocina, los elementos del lenguaje audiovisual enriquecieron sus contenidos, destacando de forma positiva los planos, los movimientos, la posición de cámara y la edición, sin embargo, en el programa La tribuna de Alfredo el lenguaje audiovisual fue limitado como los espacios de grabación y un no contar con una estructura de guión bien definida.

Calle y Díaz (2018), presentaron su tesis “Análisis del contenido de la página de facebook como herramienta del marketing digital en Gerens Hotel, 2018”, la cual planteó en sus objetivos estudiar los conceptos y enfoques teóricos del marketing digital y la red social, diseñar y aplicar instrumentos de recojo de información sobre los contenidos, y describir los contenidos audiovisuales de la página de facebook. Su metodología fue cuantitativa de tipo descriptivo – simple y como instrumentos tuvieron la ficha de observación y entrevista aplicada a los contenidos audiovisuales de la página de facebook. Los resultados evidenciaron, que el recurso audiovisual que mas se utilizó fue la fotografía, seguido de videos, y finalmente los gif; por otro lado se pudo comprobar que Gerens Hotel utiliza recursos textuales propios y los temas más utilizados estuvieron relacionados al turismo, cultura, gastronomía, negocios, salud, sin embargo, pocas veces promocionaron sus publicaciones, es decir, no tuvieron una correcta estrategia de comunicación que contribuyera a fidelizar a sus clientes.



Soriano (2018), en su tesis “Estrategias de comunicación en marketing utilizando las redes sociales para el posicionamiento de marca del restaurante entre aromas y sabores en la ciudad de Chiclayo, 2016”, analizar el nivel de posicionamiento actual del restaurante, determinar las estrategias de comunicación en marketing al utilizar las redes sociales y plantear estrategias de marketing. La metodología aplicada fue de una investigación es descriptiva con diseño no experimental, transaccional, aplicando los instrumentos de análisis documental y cuestionario. Se encontró en resultados, que la red más utilizada por los cibernautas de la ciudad de Chiclayo fue el Facebook, los cuales quisieron recibir información personalizada por dicho medio, también se mostró que gran parte de los encuestados compartieron anuncios o publicaciones, entre ello de restaurantes; llegando a considerar que Facebook permite que el público logre acceder rápidamente a mayor información del producto o servicio que es anunciando.

Checa (2018), en su investigación “Estado de la tecnología audiovisual en las productoras de la ciudad de Chiclayo”, los objetivos fueron estudiar antecedentes y conceptos teóricos de las tecnologías audiovisuales en las productoras, conocer el uso de las tecnologías audiovisuales en las productoras de Chiclayo, determinar el cumplimiento de los procesos audiovisuales y determinar los conocimientos que poseen en cuanto a productoras audiovisuales de Chiclayo. La metodología utilizada fue cuantitativa de tipo de exploratorio-descriptiva y los instrumento que empleó fue el cuestionario, de ello, los resultados que obtuvo fue, que todas las productoras de Chiclayo encuestadas si cumplen con el proceso audiovisual de pre producción, producción y post producción, así también, se identificó que tienen una gran variedad de instrumentos para poder trabajar la luz e iluminación en sus productos audiovisuales, pero también se menciona que es importante que el audio no debe ser sustitutorio de la imagen, por el contrario debe acompañarla e integrarla.

### **1.3. Abordaje Teórico**

#### **1.3.1. Estrategia de comunicación.**

##### ***1.3.1.1. Definición.***

Se inicia definiendo “estrategia”, teniendo que:

Según Garrido (2004) “Se puede considerar a la estrategia como el proceso planificado y también como un proceso nuevo que definirá el cómo, es decir, es un proceso de permanente e incesante adaptación y reconstrucción” (p.83).

Una estrategia entonces debe contemplar una noción integradora que brinde coherencia a su efectividad, y ello según los objetivos que se desean alcanzar y sus acciones que van a desarrollar. Así también, se debe tener en cuenta la secuencia de las actividades o acciones para cada componente.

Por otro lado, en la definición de “Comunicación”, según Massoni, en un texto publicado en el libro Thornton y Cimadevilla (2008) define:

La comunicación es un momento y espacio relacionante de la variedad sociocultural. El espacio de encuentro de los actores. Será estratégica cuando ocurre el cambio o la transformación cognitiva de los actores. Implicando la participación, por tanto, será una acción común sin presunciones de completitud. (p.87)

Para Fonseca (2005), comunicación es:

Comunicar es conseguir compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad emocional y racional concreta del individuo que nace de querer de estar en contacto con los otros, intercambiando algunas ideas que han adquirido forma o significación acorde con experiencias anteriores y comunes. (p.2)

Se puede decir, entonces que la comunicación es la acción de poder transmitir una idea, mensaje a otros con el interés de manifestar información a los interesados en ello, o que se encuentran en su cobertura.

Ahora bien, como “estrategia de comunicación”, se precisa según autores:

Para Wilcox, Ault y Agee (2010) definen que “La estrategia de comunicación es la actividad que describirá cómo se va a lograr, en teoría, un objetivo, brindando normas y temas para el programa global.” (p.160)

Según Enrique, Madroño, Morales, y Soler (2008) indican que “Al plantear una estrategia de comunicación no se debe perder nunca de vista el quién somos y hacia dónde vamos, la estrategia, aunque parece que es algo simple, va requerir de una gran capacidad de análisis” (p.98).

“La estrategia de comunicación es como el conjunto de modos y formas comunicativos que tienen un objetivo prioritario, de acuerdo a unos recursos ofrecidos, se establece una comunicación eficaz de ideas, productos o servicios, que ayudará en la toma de decisiones” (De Lorenzo, 2014, p.18).

Resulta necesario que las organizaciones tengan una estrategia de comunicación que renuncie a los antiguos modelos comunicativos e informativos, asimismo que los procesos de comunicación se transformen en verdaderas estrategias dinámicas que estén disponibles para adaptarse de forma más rápida a los cambios que requieren la globalización y la competencia y transmitir eficazmente la información. (Moreno, 2009, p.4)

#### ***1.3.1.2. Clasificación de las estrategias.***

Según Porter (2009), existen tres clases de estrategias genéricas que las empresas, organizaciones u otras entidades pueden adoptar:

*Estrategia de lanzamiento:* el lanzamiento es una carta de presentación y casi no existe una segunda oportunidad para producir una ideal primera impresión. Está apoyada en elementos propios como un blog, los perfiles en redes sociales o en la newsletter.

*Estrategia de Visibilidad:* tener visibilidad y aspecto de marca va más allá de contar con un sitio web, en la actualidad se logra a través de utilizar las redes sociales, acciones o colaboraciones con otros perfiles o influencers, también mostrándose en medios de comunicación.

*Estrategia de Confianza:* existen diversas acciones que se pueden llevar a cabo para lograr la confianza y puede ser compartir testimonios de clientes o poner una tira de logotipos en la página de los medios de comunicación ya utilizados.

#### ***1.3.1.3. Pasos para elaborar una estrategia de comunicación.***

Según Ayestarán, Rangel, y Sebastián (2012), toman en cuenta los siguientes pasos para elaborar una estrategia de comunicación:

*Obliga a una reflexión y a un análisis constante sobre la correlación de una organización con sus públicos.* Se debe fijar si la relación de una organización con su entorno es la adecuada y, en determinado, si el elemento simbólico de dicha relación es el

que está más adecuado para la misión y los fines que dicha organización quiere lograr. Para ello se debe analizar: la imagen actual, fuerzas y debilidades, tendencias del entorno, los competidores. Y se deberá precisar el papel concreto que deberá tener la comunicación en dicha organización.

*Definir una línea directriz de comunicación.* Es preciso establecer la imagen, el mensaje, la mixtura comunicativa (comunicación mix) y la línea de acercamiento comunicativa con su ambiente (posicionamiento), todo ello, público por público.

*Establecer los diferentes territorios de aplicación,* se debe establecer si se debe intervenir y la intensidad en comunicación interna o externa (o en ambas), comunicación corporativa o de marketing, comunicación electoral o institucional, comunicación de partido o líder.

*Dar coherencia a la pluralidad de comunicaciones de una organización.* La primordial virtud de una estrategia de comunicación consiste en que todos deben disponer y compartir unas directrices claras sobre la comunicación a desarrollar, concretando el esfuerzo y rentabilizando las inversiones. La estrategia abarca el comportamiento en conjunto al maximizar las oportunidades y minimizar los errores, reduciendo así el peligro de dispersión y sus posibles contradicciones.

*Determinar los criterios de evaluación de resultados.* La estrategia debe contar con sistemas de medición y evaluación de los resultados que se adoptarán. Debe precisar en qué momento y qué criterios deben seguir las investigaciones post-test, garantizando así que las opiniones de los públicos se utilicen para mejorar la eficiencia de las propias organizaciones y productos, así como que la comunicación esté establemente reorientada.

### **1.3.2. Calidad de contenidos audiovisuales.**

#### ***1.3.2.1. Definición.***

Se define primero “contenidos audiovisuales” teniendo así:

Según la Real Academia de la Lengua, audiovisual es lo “que está referido en conjunto al oído y la vista o los utilizan a la vez. Se referencia esencialmente de métodos didácticos que usan de grabaciones acústicas seguidas de imágenes ópticas”

El contenido audiovisual es cualquier producción que tenga una continuación de imágenes y/o audio susceptible que es emitido y transmitido. Incluyendo todos los

contenidos cinematográficos, televisivos, multimedia o radiofónicos y es independiente de la naturaleza de su contenido y del medio por el cual será transmitido. (Aguilar, 2010)

Según lo menciona Francés y Gavalda (2010), “la relevancia del ámbito de la calidad, es completamente enriquecedora y debe ser vincularse con otros ámbitos que están llamados a perfilar los vectores estratégicos del nuevo escenario, el acceso universal a la tecnología y la reconversión de un modelo cansado de negocio tradicional.”

El proceso de grabación y edición conllevan diferentes tareas como la búsqueda de información, planificación, trabajo en equipo y organización. Además, pueden proporcionar puestas en común, reflexiones y análisis. (Ezquerro y Rodríguez, 2013)

### ***1.3.2.2. Fases de producción de los contenidos audiovisuales.***

#### ***Pre-producción:***

Es lo concerniente a todas las actividades previas al rodaje e inicia con la idea preliminar a desarrollar y finaliza con la grabación o el rodaje. El trabajo de preproducción es de suma importancia pues de esta fase dependerá en gran parte que se adquieran condiciones óptimas y se obtenga el mínimo margen de error para la ejecución del proyecto audiovisual.

“Tener una ideal etapa de preproducción conllevará a reducir errores, imprevistos, retrasos y toda clase de problemas en el proceso de producción, de ahí que el proceso de preproducción se identifique por ser extenso y muy complejo” (Torres, Predraza, y Viuche, 2009, p.36)

#### ***Producción:***

La etapa de rodaje es aquella que realiza el proceso completo de grabar o filmar un proyecto audiovisual. En esta etapa se acoplan tanto el personal humano como los recursos técnicos necesarios para capturar imágenes y sonidos, y así darle forma a lo que se pretende comunicar.

#### ***Postproducción:***

El realizador y los directores seleccionan y editan los mejores materiales grabados. El editor se encargará de realizar el montaje y en esta fase de producción se garantiza que todo se encuentre disponible para obtener el producto final relativamente bueno. Además,

incluye desde los derechos musicales si hacen falta hasta la coordinación de las horas de montaje.

### ***1.3.2.3. El guion audiovisual.***

En un guion lo único que se puede saber con certeza es la forma de escribirlo, es decir, los fundamentos teóricos a la hora de desarrollarlo. Por ejemplo, uno puede saber la estructura que define a un guion como perfecto pero el contenido de éste puede ser muy pobre por la falta de creatividad del autor o la falta de conocimientos sobre diversas cuestiones de la historia que se quiere describir. Como es de saber, la clásica división de un guion es en tres partes, planteamiento, nudo y desenlace.

Un guion literario, no es más que, un documento que describe la narración en contenido que va a presentarse en el filme, en el cual, se especifican claramente las acciones de los personajes en base a unos diálogos previos, la información describe también el número y orden de los participantes, los escenarios y acotaciones finales que los personajes puedan efectuar durante la grabación.

“Las historias que se van a narrar en el guion literario elementalmente describen de manera audible y visible el producto final, pero sin dar detalles técnicos de planos, movimientos, etc., solo se centra en la información textual del producto” (Villacis, 2018, p.28).

### ***1.3.2.4. Parámetros de calidad de un contenido audiovisual.***

Francés y Gavalda (2010), proponen unos parámetros que deberían ser tomados en cuenta en el proceso de obtener la calidad audiovisual, de acuerdo a cada ámbito, y estos son:

*Ámbito Político:* se encuentra bajo los parámetros de calidad de encontrarse acorde con el contexto regulador, y el contexto autorregulador.

*Ámbito Profesional:* de acuerdo a los parámetro de calidad según los aspectos técnicos, estéticos y narrativos.

*Ámbito gestores de empresas de comunicación:* según los parámetros de calidad de eficiencia y rentabilidad de los contenidos audiovisuales en términos económicos (operadores privados), términos socioculturales (operadores públicos).

*Ámbito Usuarios:* de acuerdo a los parámetros de calidad de la transmisión de valores.

### **1.3.3. Club de periodismo escolar.**

#### ***1.3.3.1. Definición.***

El término club según Real Academia de la Lengua Española, proviene del inglés “club”, y tiene como significado a una sociedad organizada por un grupo de personas con intereses comunes y un lugar donde se reunirán los miembros de estas sociedades.

Periodismo es la actividad profesional que reside en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones por medio de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico.

Vargas (2017), en su informe para el Ministerio del Poder Popular para la Educación Venezuela, menciona que:

El periodismo escolar es una estrategia pedagógica establecida para la integración de la comunidad y entes que constituyen el sistema educativo, en primera instancia es una estrategia educativa que abrirá el campo y uso adecuado de las Tecnologías de Informática y Comunicación (TIC), el hecho cognitivo de aprendizaje está relacionado a ello, e impulsa a los participantes a la investigación voluntaria, descubrimiento, valoración de fortalezas en áreas como la redacción, la fotografía, la digitalización y el uso apropiado de las redes sociales, proyectando así la historia de una comunidad, un pueblo o una escuela. (p.2)

Entonces, se puede decir, que un Club de Periodismo, constituye el medio de comunicación y opinión de un grupo de personas dentro del establecimiento, donde comparten habilidades y el gusto por la investigación, además de salidas de campo (observación, entrevistas, reportajes, fotografía, etc.) y donde desarrollen habilidades o competencias propias de cada investigador que les permita indagar o informar en determinado tema de elección.

### ***1.3.3.2. Géneros periodísticos que desarrollan los clubes de periodismo escolares.***

Los géneros periodísticos permiten la clasificación de diferentes mensajes, y aparecen a medida que el periodismo se desarrolla e intenta responder a las nuevas necesidades. Según Sabés y Verón (2009), se clasifican en:

#### *Géneros informativos:*

Incluyen los formatos que se utilizan en los distintos soportes comunicativos que tiene como primordial función informar a la audiencia, sin interpretar u opinión por parte del periodista, y encontramos a la noticia en el que se abordan los hechos de forma narrativa y descriptiva y refleja un hecho del día a día, luego está el reporte, el cual es una noticia más amplia y profunda en el que se trabaja mejor y en mayor número de fuentes, y finalmente la entrevista que es una herramienta tradicional de los periodistas como fuente de información.

#### *Géneros interpretativos*

Es el género que en numerosos manuales se conoce como de opinión, y su característica fundamental es la subjetividad y normalmente explican y argumentan las opiniones expresadas. Encontrando, el editorial que es el artículo no firmado que expresa la opinión del medio sobre uno o varios temas; también tenemos artículo de fondo que es un texto libre y de autor que expresa su punto de vista y defiende su postura. El comentario de actualidad es un género interpretativo muy próximo al del artículo de fondo, entre otros tenemos tribuna libre y cartas al director.

#### *Géneros híbridos*

Este género ofrece por un lado información, pero a la vez incluyen algunos elementos de opinión sin llegar a ser géneros interpretativos. Clasifica a varios tipos como la crónica, que se caracteriza por ser un texto de aborda un hecho noticioso, pero en el que ofrece la visión personal del autor y generalmente la elaboran periodistas de prestigio, otra clasificación es el reportaje interpretativo, que es aquel que procede esencialmente del periodismo de investigación y tiene un estructura similar al género informativo. La crítica aborda un tema especializado, y es notable la presencia de opinión del autor.



El conocimiento de los géneros periodísticos permite a aquellos que procesan la información aplicar diferentes criterios, según sea una entrevista, crónica o un reportaje. También ayuda a preparar emocionalmente a los destinatarios para saber qué van a observar, leer o escuchar. Son esenciales para relacionar a la o el periodista, y su mensaje con la audiencia.

Según lo menciona Blanck (2014), la noticia o nota informativa “es el relato de todo suceso novedoso que resulta de interés o afecta a un determinado grupo social. Es el género primordial del periodismo y nutre a los demás” (p.9).

### ***1.3.3.3. Técnicas y competencias audiovisuales.***

Las técnicas son un conjunto de procedimientos y recursos que servirán para desarrollar una habilidad o competencia, acorde con los conocimientos que se tengan para su uso. Así encontramos:

*Tratamiento estético:* Es el estilo particular que cada realizador le autoriza a su producción, acorde a los planos. Según Rodríguez (2010) pueden ser:

Plano general: es el más usado cuando deseamos visualizar completamente a nuestro modelo en todas sus dimensiones, pues muestra todo el cuerpo de pies a cabeza, sin ningún tipo de recorte, aquí más denota a personaje y sus elementos complementarios de tal forma que se aprecia y expresa un mensaje.

Plano medio: cubre hasta la cintura, tomando la línea de corte entre el ombligo hasta casi la entrepierna.

Plano medio-corto: también denominado plano de busto o primer plano mayor, recoge el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho.

Plano americano: también es conocido como plano tres cuartos, plano medio cuarto o plano vaquero, recorta la figura por la rodilla, para exponer la acción de las manos.

Primer plano: conocido como primer plano menor, el cual se visualiza el rostro y los hombros.

*Ángulos:* los ángulos fotográficos se usan para generar efectos visuales como perspectivas, deformaciones o sencillamente mostrar otra manera de mostrar objetos comunes. Los ángulos dependerán de la posición de la cámara con relación al objeto o paisaje a fotografiar.

*El sonido:* según Cherre (2008) habla que el sonido es un elemento importante que forma las presentaciones audiovisuales, pues por medio de este se inspira al aprendizaje de nuestra audiencia, ya que este facilita la atención e interacción y así facilite el entendimiento.

*Luz e iluminación:* la luz es esencial en la fotografía y video. Por una parte, crea una imagen y por otra otorga en gran medida su estilo y su ambiente particular.

*Duración:* Este tiempo se denomina tiempo fílmico y es distinto al real, también es variable, no necesariamente lineal, que incluso se puede invertir o acelerar, según el tema y la escena.

*Lenguaje periodístico:* el aprendizaje de la escritura tiene en periodismo una característica netamente técnica, pues se trata de una capacidad innata, recalcando que el periodista no nace sino se hace y ello porque su modelo ideal no es literario, sino el de profesional de la escritura. (Sabés y Verón, 2009, p.22)

#### ***1.3.3.4. Clubes de periodismo escolar en la ciudad de Chiclayo.***

En la ciudad de Chiclayo, se encuentran algunos clubes de periodismo en centros educativos, así podemos encontrar:

Colegio Manuel Pardo: con su club de comunicación “Pardo TV”

Colegio Santa Magdalena Sofía: con su club de radio periodismo “Héctor Delgado Parker”

Colegio Nacional San José: con su club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”

### **1.4. Formulación del Problema**

¿Cuál será la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019?

## **1.5. Justificación e Importancia del Estudio**

El presente trabajo de investigación es de importancia para la carrera profesional de ciencias de la comunicación de la Universidad Señor de Sipán, ya que, permite contribuir con temas actuales en investigación, como la mejora de calidad en contenidos audiovisuales, siendo un tema base para aquellos que tienen vocación por el periodismo, pues el tener establecido como deben realizarse los contenidos audiovisuales les generará entregar un buen producto.

De esta forma, fue necesario desarrollar esta investigación, pues desde el punto de vista social, va permitir brindar una estrategia de comunicación a los alumnos integrantes del club de periodismo del colegio nacional San José de Chiclayo, los cuales, van a poder realizar mejores contenidos audiovisuales al desarrollar sus competencias de manera correcta, orientando también su vocación como periodistas, que es un primer paso para establecer vínculos de cambio en nuestra sociedad, brindando la información veraz y justa de los acontecimientos actuales.

Desde forma teórica, se utilizaron diferentes fuentes como libros, informes, documentos, revistas y otros, para el desarrollo de la investigación, así mismo, se mencionaron los aportes de los diferentes autores para poder entender y definir determinado tema, el cual servirá para los futuros investigadores que indaguen en ello.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General.**

Proponer una estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

### **1.6.2. Objetivos Específicos.**

Identificar las competencias de los integrantes del club de periodismo para la realización de contenidos audiovisuales.

Identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

Elaborar la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

### **1.7. Limitaciones**

El presente trabajo de investigación no evidenció limitaciones para recaudar la información necesaria para su desarrollo.

## **II. MATERIAL Y MÉTODO**

### **2.1. Tipo de estudio y Diseño de la investigación**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), afirman que “una investigación mixta implicará recolectar y el analizar datos cuantitativos y cualitativos, integrando sus resultados y discutiéndolos conjuntamente, para brindar resultados de de toda la información recogida y conseguir entender el suceso en la investigación” (p. 534).

El presente trabajo de investigación según los objetivos establecidos, se encontró en el enfoque mixto de tipo descriptiva – propositiva.

Hernández, et al. (2014), “la investigación es no experimental cuando no se logra manipular deliberadamente a las variables; es decir observó al fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlos” (p.152).

Entonces, el diseño de investigación fue no experimental, debido a que no se manipuló ninguna de las variables estudiadas, y los datos fueron recolectados en un determinado momento.

### **2.2. Escenario de Estudio**

La investigación se desarrolló en el club de periodismo del colegio nacional San José, que se encuentra ubicado en la Av. Elvira García y García N°167 en la ciudad de Chiclayo. El cual surgió en la década del 60 denominado “José Carlos Mariategui”, pero con el pasar de los años se fue descuidando y tenía menos integrantes y menos interés, sin embargo, en el año 2016 vuelve a iniciarse, pero ahora en honor a un ex alumno, periodista y docente de este colegio se le denominó club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”,

### **2.3. Caracterización de Sujetos**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “en el proceso cualitativo, la muestra es el conjunto de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se recolectan los

datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se está estudiando”.

En la presente investigación participaron 30 estudiantes escolares de diferentes grados y secciones del colegio nacional San José del distrito de Chiclayo. El método de selección de la muestra fue por disponibilidad, de tipo no probabilístico, pues no todos los sujetos tuvieron la probabilidad de ser elegidos. Esto es debido a que, se eligió por las características que describen a la población del club de periodismo, como la vocación por la lectura, habilidades de escritura, redacción, narración multimedia, y un rango de edad de 14 a 17 años de edad.

## **2.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos**

### **2.4.1. Técnicas.**

#### **Análisis de contenido:**

Decimos de esta técnica, según la Universidad Privada del Norte (2016) que:

El análisis de los contenidos de las fuentes documentales, se realiza por medio de una operación intelectual que radica en extraer de un documento los elementos de información más relevantes desde la vista del investigador. El análisis documental se puede circunscribir a dos aspectos: (1) análisis exterior, descripción física bibliográfica, y (2) análisis interno, descripción sustancial o de contenido. (p.4)

El instrumento que se utilizó fue el análisis documental, para poder constatar la situación actual de los clubs de periodismo en la ciudad de Chiclayo. Así, se utilizó las técnicas de fichaje como de resumen o comentario, las fuentes de tipo bibliográfica, como libros, artículos, revistas, documentos digitales.

#### **Técnica de campo:**

La entrevista es una técnica de recolección de datos que comprende el cuestionamiento oral de los entrevistados ya sea de forma individual o grupal. Las respuestas a las preguntas durante la entrevista pueden ser registradas por escrito o ser grabadas. La entrevista puede conducirse con distintos grados de flexibilidad. (Rubio, 2014, p.16)

Se utilizó la técnica de la entrevista y la encuesta que permitieron conseguir la información para el desarrollo de la presente investigación.

#### **2.4.2. Instrumentos.**

##### **Entrevista**

Según se menciona, las entrevistas a profundidad alcanzan el modelo de una plática entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asimilarse a un robot recolector de datos, el investigador será el instrumento de la investigación, y no el protocolo o formulario de entrevista. (Taylor y Bogdan, 2000, p.101)

Se tuvo como instrumentos la guía de entrevista y entrevista, que siguió el modelo antes mencionado de Taylor y Bogdan, y fue aplicado a tres expertos en el tema de contenidos audiovisuales, contando con una guía sobre los diferentes aspectos a indagar como investigador y lograr cumplir con el objetivo de recabar la información relacionada a la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo escolar.

##### **Cuestionario**

Se siguieron las pautas de Taylor y Bogdan (2000), quienes proponen el estudio de los resultados de cada pregunta individualmente, y luego interrelacionarlas por grupos, variables o indicadores. Así, se tomaron en cuenta los siguientes grupos: vocación, competencias, conocimiento y capacitación.

Este instrumento se presentó para identificar las competencias con las que cuentan actualmente los integrantes del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

##### **Guía de Observación**

Es un instrumento cuya estructura corresponde con la sistematicidad de los aspectos que se prevé registrar acerca del objeto. Se permite así registrar los datos en orden cronológico, práctico y concreto para provenir de ellos el análisis de una situación o problema explícito. (Ortiz, 2004, p.75)

Este instrumento se aplicó para poder identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

## **2.5. Procedimientos para la Recolección de datos**

La recolección de datos es esencial, y su propósito no es medir variables para llevar a cabo inferencias y análisis estadístico. Lo que se requiere de un estudio cualitativo es conseguir datos (que se conviertan en información) de personas, seres vivos, situaciones, comunidades o procesos en profundidad; en las propias “formas de expresión” de cada uno. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.396)

La recolección de datos se realizó aplicando la entrevista, cuestionario y guía de observación con la finalidad de obtener información necesaria para plantear las acciones correspondientes, y se desarrolló el siguiente proceso:

Proyecto aprobado por la escuela de Ciencias de la Comunicación.

Elaboración los instrumento a utilizar.

Validación de los instrumentos por dos especialistas.

Solicitar el permiso al área de Dirección del colegio nacional San José de Chiclayo.

Aplicación del instrumento cuestionario a los alumnos integrantes del club de periodismo del colegio nacional San José de Chiclayo.

Aplicación del instrumento entrevista a tres expertos en tema de contenido audiovisual.

Aplicación del instrumento guía de observación por parte del investigador al material de contenido audiovisual del club del periodismo.

Registro de información de manera cualitativa por medio de cada instrumento.

## **2.6. Procedimientos de Análisis de Datos**

En una investigación cualitativa, el análisis de los datos es la acción fundamental y consistirá en recibir datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son diversos, pero en esencia radican en observaciones del investigador y narraciones de los participantes (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.418)

Para el análisis e interpretación de los datos del instrumento cuestionario, se seguirán las pautas de Taylor y Bogdan (2000), quienes proponen el estudio de los resultados de cada pregunta de forma individual, para posteriormente interrelacionarlas por grupos, variables o indicadores. Según ello, se asignarán los grupos: vocación de periodista, competencias,

conocimiento y capacitación; los cuales analizarán las respectivas respuestas de los integrantes del club de periodismo.

Para el análisis e interpretación de los datos del instrumento guía de observación, como lo mencionan Hernández, Fernández y Baptista (2014), la observación es formativa y compone el único medio que se utiliza siempre en todo estudio cualitativo, y acorde avanza la inducción se puede ir generando listados de elementos que no se pueden dejar fuera y unidades que deberán ser analizadas. Se seguirá este modelo, y al listado de indicadores observados del material de contenido audiovisual del club de periodismo, se le generará una valoración que presentará sus respectivas observaciones que luego serán interpretadas.

Para el análisis e interpretación de los datos del instrumento entrevista, que será aplicado a tres expertos en el tema de contenidos audiovisuales, contará con una guía sobre los diferentes aspectos a indagar como investigador y lograr cumplir con el objetivo. Teniendo claro que, las entrevistas a profundidad siguen el modelo de una plática entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asimilarse a un robot recolector de datos, el investigador será el instrumento de la investigación, y no el protocolo o formulario de entrevista. (Taylor y Bogdan, 2000, p.101). De esta manera, se seguirá dicho modelo y se procederá a realizar una comparativa de las respuestas obtenidas según su aspecto de cada experto entrevistado y poder obtener una conclusión de cada aspecto.

## **2.7. Criterios Éticos**

Según la Comisión Nacional para la protección de los sujetos humanos de investigación Biomédica y de Comportamiento (2003), en su informe de Belmont, los principios que se aceptan de manera general en nuestra tradición cultural, son:

**Respeto a las personas:** incluye que todos los individuos deben ser tratados como agentes independientes, y las personas cuya autonomía está disminuida tienen derecho a ser resguardadas. El respeto a las personas exige que los sujetos entren en la investigación voluntariamente y con la información apropiada.

**Beneficencia:** Se tratará a las personas de forma ética no sólo al respetar sus decisiones sino protegerlas de todo daño, y también al esforzarse en asegurarle su bienestar en el proceso de la investigación.



**Justicia:** el principio de justicia es afirmar que los iguales deben ser tratados con igualdad, recibiendo todos los beneficios.

## **2.8. Criterios de Rigor Científico**

**Dependencia:** involucra los intentos de los investigadores por capturar las condiciones cambiantes de sus observaciones y del diseño de investigación.

**Credibilidad:** toda la información presentada se respalda en la confianza y el dominio de conocimiento con el propósito de sustentar la información.

**Transferencia:** poder transferir los resultados a otros contextos realizando una comparativa de las diferentes fuentes.

**Confirmación:** involucra el perseguir los datos en su fuente y la explicitación de la lógica a utilizarse para ser interpretados.

### III. REPORTE DE RESULTADOS

#### 3.1. Análisis y discusión de los resultados.

##### 3.1.1. Resultados

Los resultados que se presentan a continuación, cumplen con el objetivo de identificar las principales competencias de los integrantes del club de periodismo del colegio nacional San José para la realización de contenidos audiovisuales de calidad. Se aplicó el instrumento cuestionario a los 30 alumnos-integrantes de dicho club, y se analizó siguiendo la teoría de Taylor y Bogdan (2000), tomando en cuenta los siguientes grupos: vocación, competencias, conocimiento y capacitación.

##### Vocación de periodista:

Tabla 1. *La actividad periodística desarrollada en el club forma parte de su vocación profesional de periodista*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	77%
Puede ser	6	20%
Tal vez	1	3%
No en su totalidad	0	0%
No	0	0%

Elaboración: Propia

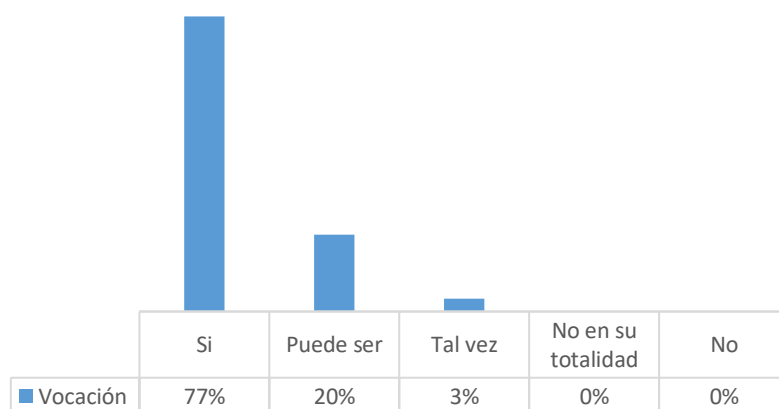


Figura 1. Vocación profesional por el periodismo

Elaboración: Propia

De acuerdo a la pregunta si consideraban que la actividad periodística que desarrollan en el club de periodismo forma parte de su vocación profesional de periodista, se encontró según lo mostrado en la tabla 1 y figura 1, que el 77% de los integrantes considera que si, el 20% considera que puede ser y el 3% tal vez, deduciendo que, si toman en cuenta su actividad periodística en el club, ya que, no se evidenció respuestas negativas.

Tabla 2. Géneros periodísticos que desean tener mayor aprendizaje

	Frecuencia	Porcentaje
Nota informativa	10	33%
Columnas de opinión	0	0%
Reportajes	12	40%
Entrevistas	8	27%
Crónicas	0	0%

Elaboración: Propia

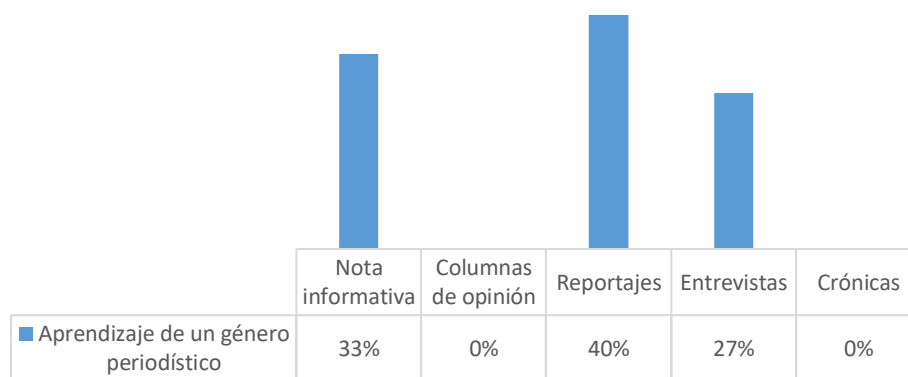


Figura 2. Aprendizaje de un género periodístico

Elaboración: Propia

Según lo mostrado en la tabla 2 y la figura 2, respecto al género periodístico que quisieran aprender, el reportaje fue el de mayor elección con un 40%, luego las noticias y entrevistas respectivamente. Teniendo claro, que muestran desinterés por las columnas de opinión y crónicas.

## Competencias:

Tabla 3. *Frecuencia de redactado de una nota periodística para el club*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	0	0%
Frecuentemente	0	0%
A veces	8	27%
Casi nunca	12	40%
Nunca	10	33%

Elaboración: Propia

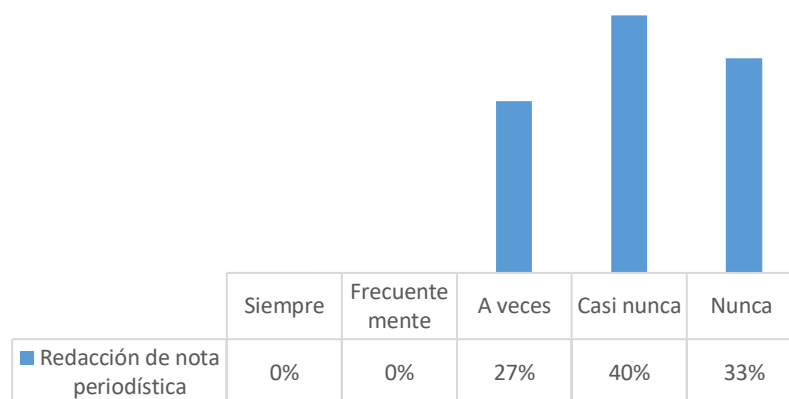


Figura 3. Competencia de redacción

Elaboración: Propia

La frecuencia con la que han redactado una nota periodística los integrantes del club, según lo muestra la tabla 3 y la figura 3 es de 40% casi nunca redactaron, 33% respondieron que nunca y 27% a veces, lo cual indica, que los integrantes del club no han desarrollado esta actividad con mucha frecuencia.

Tabla 4. *Frecuencia de lectura de notas, artículos, revistas, libros u otros*

	Frecuencia	Porcentaje
Diario	4	13%
Interdiario	21	70%
Semanal	4	13%
Quincenal	0	0%
Mensual	1	3%

Elaboración: Propia

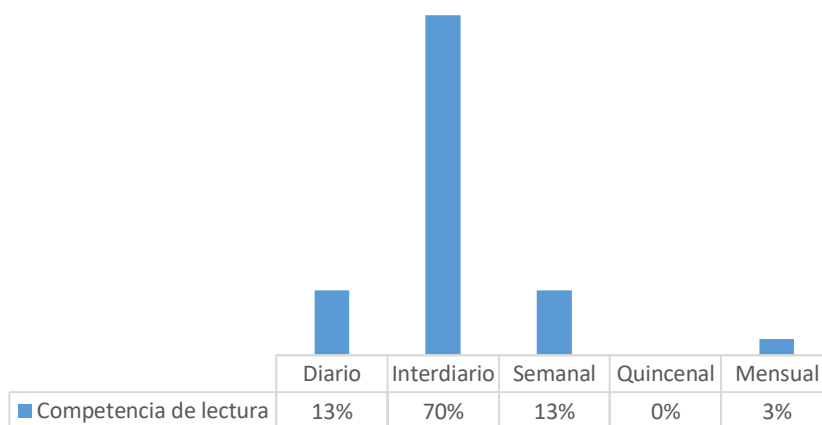


Figura 4. Competencia de lectura

Elaboración: Propia

Respecto a la pregunta de la frecuencia de lectura de notas, artículos, revistas, libros u otros, se evidencia en la tabla 4 y la figura 4, que los integrantes del club en un 70% dedican tiempo a leer de forma interdiaria, pero otro grupo lo hace de forma diaria y semanal. Mostrando así, que la mayoría de los integrantes si dedican parte de su tiempo a la lectura.

Tabla 5. *La competencia de interpretación mejoró como integrante del club de periodismo*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	57%
Puede ser	11	37%
Tal vez	2	7%
No en su totalidad	0	0%
No	0	0%

Elaboración: Propia

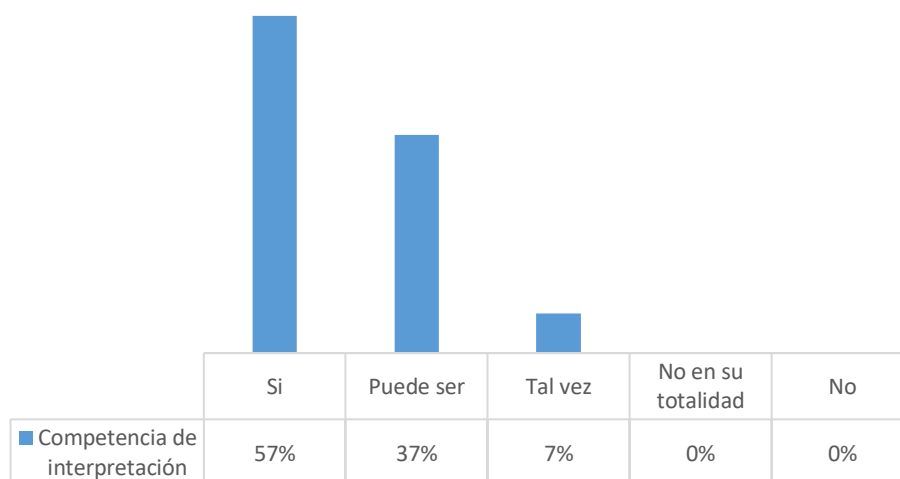


Figura 5. Competencia de interpretación

Elaboración: Propia

Se observa en la tabla 5 y la figura 5, sobre la competencia de interpretación de los integrantes del club, la mayoría de ellos en un 57% afirma que al pertenecer a dicho club su competencia mejoró, otros indicaron que puede ser y tal vez, pero no se evidenció respuestas negativas.

Tabla 6. *Estudios o talleres sobre fotografía*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	1	3%
Si, en curso	0	0%
No	27	90%
No en su totalidad	2	7%

Elaboración: Propia

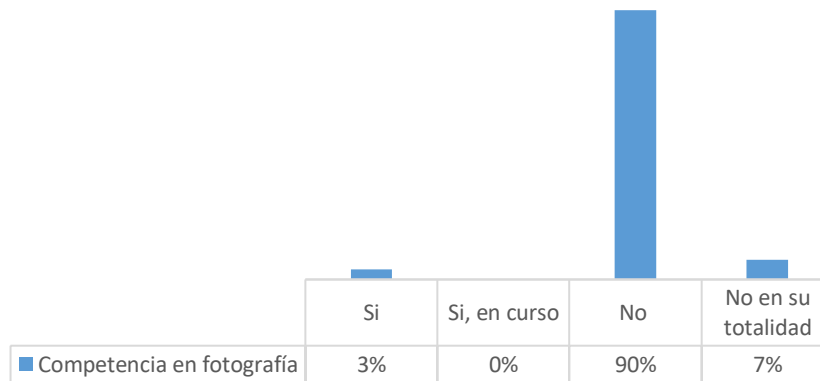


Figura 6. Competencia en fotografía

Elaboración: Propia

Según lo expuesto en la tabla 6 y la figura 6, respecto si los integrantes del club estudian o han llevado algún taller de fotografía, el 90% indica que no, pero se tiene un número corto de alumnos que si lo llevaron y otros que no lograron terminar el curso. Por ende, se llega a deducir que se necesita desarrollar esta competencia en los integrantes del club para que puedan desarrollar los contenidos audiovisuales de calidad.

Tabla 7. Dominio de la cámara de video durante una grabación

	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
Puede ser	6	20%
Tal vez	5	17%
No en su totalidad	19	63%
No	0	0%

Elaboración: Propia

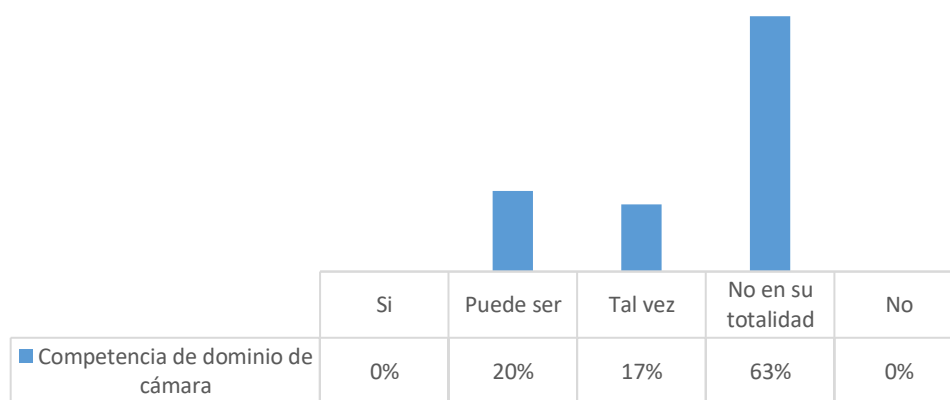


Figura 7. Competencia de dominio de cámara de video en una grabación

Elaboración: Propia

Para informar sobre el dominio de la cámara de grabación de los integrantes del club se muestran los resultados en la tabla 7 y la figura 7, en el cual, el 63% de ellos tiene un conocimiento empírico, pero no dominan en su totalidad dicha cámara, mientras un 20% indicaron que puede ser que tengan un dominio y el restante mencionan que tal vez. Siendo así, que esta competencia no se encuentra desarrollada en los integrantes.



**Conocimiento:**

Tabla 8. *La competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	53%
Puede ser	11	37%
Tal vez	2	7%
No en su totalidad	1	3%
No	0	0%

Elaboración: Propia

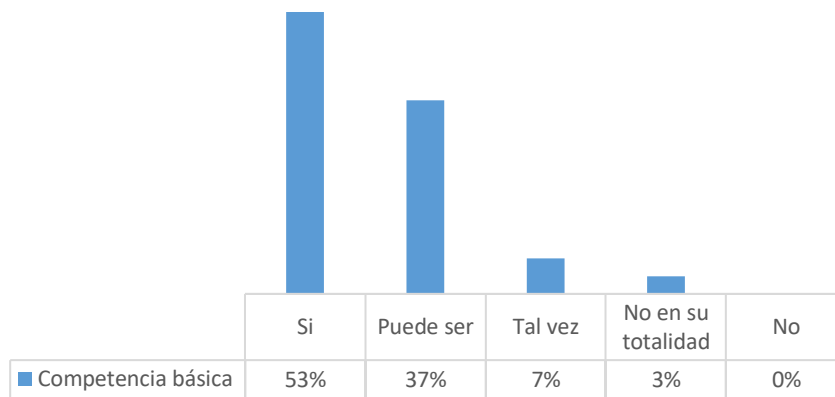


Figura 8. *La competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales*

Elaboración: Propia

Respecto a la pregunta si consideran que la redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales, la tabla y la figura 8, muestran que su mayoría de los integrantes el 53% creen que, si es una competencia básica, pero otro 37% creen que puede ser y los restantes tal vez y no en su totalidad. Evidenciando que, para ellos si es básico contar con esta competencia para integrar de manera correcta el club, a pesar que, algunos de ellos no lo afirmen si lo consideran.

Tabla 9. Identificación de tipos de planos para la realización de contenidos audiovisuales

	Frecuencia	Porcentaje
Primer plano	9	30%
Plano general	18	60%
Plano medio	2	7%
Plano entero	1	3%
Plano americano	0	0%

Elaboración: Propia

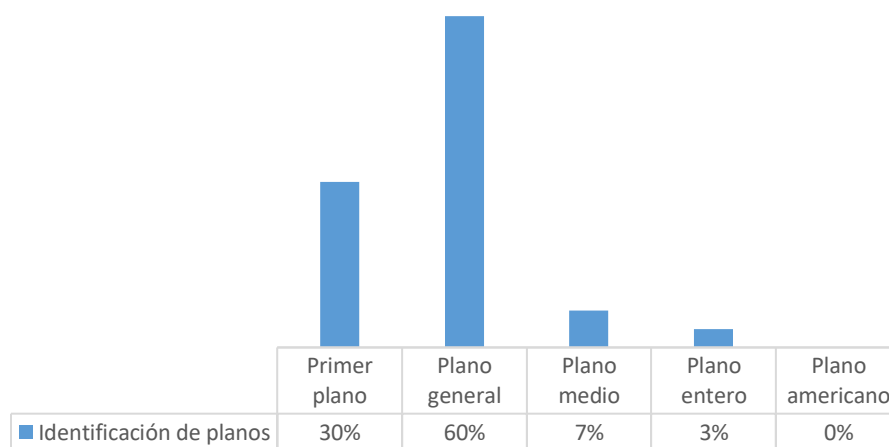


Figura 9. Identificación de tipos de planos para la realización de contenidos audiovisuales

Elaboración: Propia

El conocimiento sobre los planos que identifican los integrantes del club, según la tabla y la figura 9, se puede ver que un 60% identifican el plano general con más facilidad, continua el primer plano, plano medio y entero de acuerdo a las respuestas de los integrantes. Teniendo así, que los integrantes sí reconocen los diferentes tipos de planos a excepción del americano.

Tabla 10. *Identificar la estructura de una nota periodística*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	13%
Puede ser	2	7%
Tal vez	3	10%
No en su totalidad	11	37%
No	10	33%

Elaboración: Propia

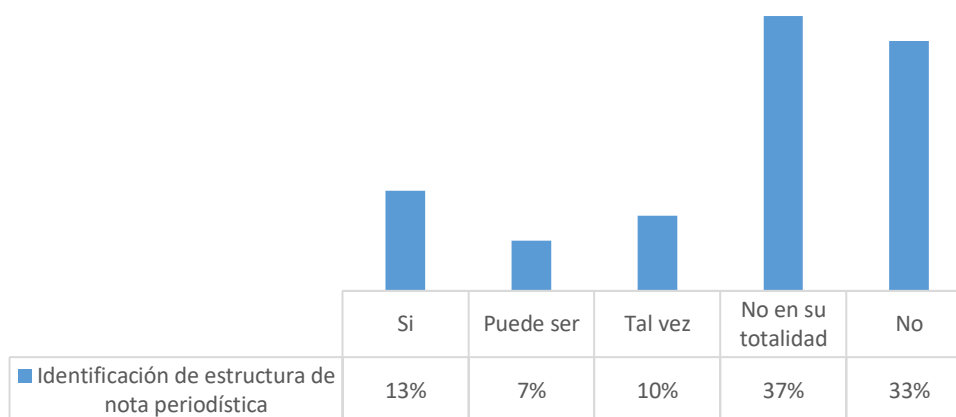


Figura 10. Identificación de la estructura de una nota periodística

Elaboración: Propia

De acuerdo a la tabla 10 y figura 10, sobre la identificación de la estructura de una nota periodística se puede observar que el 37% del total de integrantes indicó que no lo sabía en su totalidad, otro 33% dio como respuesta no, y en una minoría dijo que sí. Esto se deduce a que, la mayoría de integrantes del club no tienen conocimiento de cómo debe estar estructurada una nota periodística.

## Capacitación:

Tabla 11. *Apoyo de los docentes del área de comunicación para mejorar tu redacción y ortografía*

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	7	23%
Frecuentemente	4	13%
A veces	17	57%
Casi nunca	2	7%
Nunca	0	0%

Elaboración: Propia

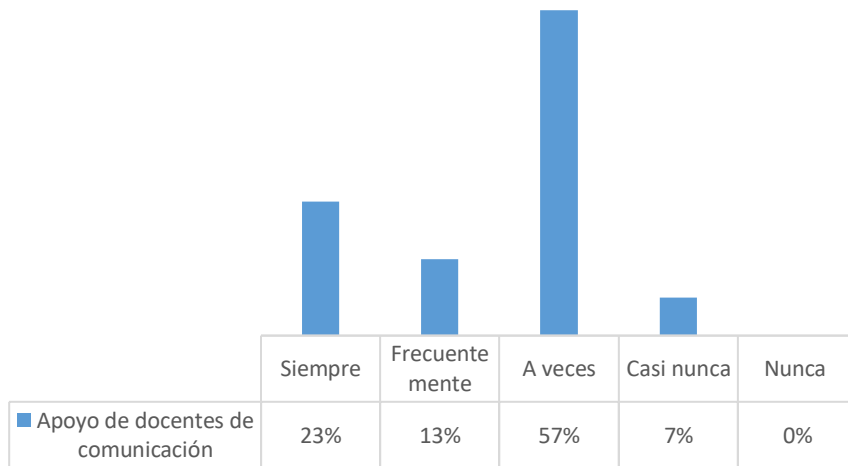


Figura 11. *Apoyo de docentes de comunicación para mejorar redacción y ortografía*

Elaboración: Propia

Se observa que, respecto al apoyo de los docentes de comunicación para mejorar la redacción y ortografía de los integrantes del club, en evidencia de la tabla 11 y figura 11, el 57% de ellos indicaron que a veces reciben el apoyo necesario, otro grupo índico que siempre lo reciben o frecuentemente, sin embargo, una minoría respondió que casi nunca sucede este respaldo.

Tabla 12. Capacitaciones del club de periodismo sobre redacción periodística

	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	1	3%
Frecuentemente	3	10%
A veces	9	30%
Casi nunca	12	40%
Nunca	5	17%

Elaboración: Propia

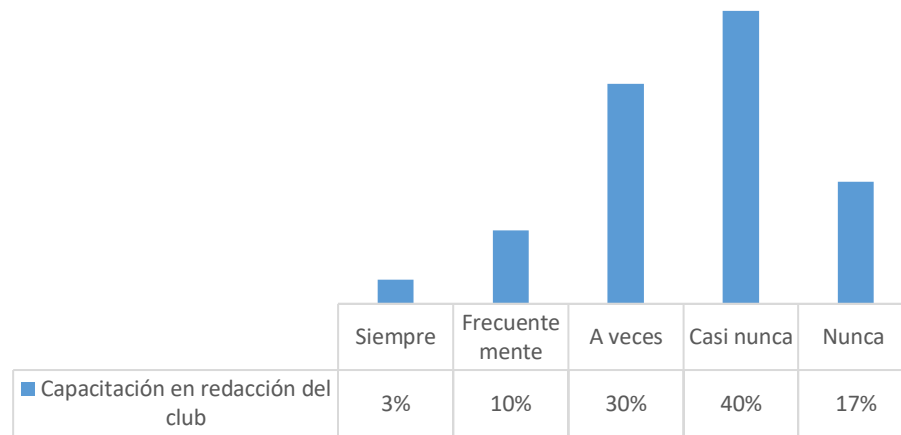


Figura 12. Capacitación sobre redacción periodística por parte del club

Elaboración: Propia

De acuerdo a la pregunta si el club ha brindado algún tipo de capacitación en redacción periodística a sus integrantes, se muestra la tabla y la figura 12, donde responden un 40% del total que casi nunca han recibido esta capacitación, otros dijeron que a veces la recibieron o nunca, y muy pocos mencionaron que sí. Entonces, se puede decir que los integrantes carecen de este tipo de capacitaciones, que sería ideal para que desarrollen sus competencias, sobre todo la de redacción.

Los resultados de la guía de observación, son presentados de acuerdo a lo observado en 16 videos del año 2018 y 4 videos del año 2019, que se encuentran en el fan page del club de periodismo del colegio nacional San José de Chiclayo. Cada uno cuenta con diferentes tiempos de duración, siendo algunas entrevistas y otros reportajes.

El objetivo principal fue identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019. Se presenta a continuación la tabla con los resultados de todos los videos, y fueron evaluados según las siguientes validaciones:

DEFICIENTE: No evidencia, no presenta, no tiene o no realiza
ACEPTABLE: Tiene, pero no logra su propósito
BUENO: Cumple en su totalidad con el propósito

**Fecha de observación:** 25/04/2019

**Área observada:** Pagina de Facebook

Tabla 13. *Resultados de los vídeos observados del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo.*

INDICADOR OBSERVADO	VALIDACIÓN			OBSERVACIÓN
	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	
Recursos técnicos necesarios para la realización de contenidos audiovisuales.	5	15	0	Se prestan los equipos para cubrir los eventos.
Guion elaborado de manera clara y concisa utilizando una correcta redacción y ortografía.	17	3	0	No elaboran un guion previo.
Estructura secuencial al momento de escribir el guion según su temática.	18	2	0	No presentan una estructura definida.
Están bien definidas las funciones del equipo de realización.	5	14	1	No se organizan debidamente.
Se encuentran delimitados los encuadres para cada plano.	5	15	0	No cuentan con buen dominio.
Los planos en las fotografías tienen las proporciones adecuadas para mantener la estética de la imagen.	3	17	0	No, la composición no es la adecuada.
Se utiliza correctamente los diferentes tipos de planos, según el contexto a grabar.	1	18	1	No los utilizan correctamente según el contexto.

Se cumplen los tiempos programados para cada plano según el plan de rodaje establecido.	16	4	0	No realizan un plan de rodaje previo.
En la edición final la narración sonora va acorde al ritmo y orden de los planos.	17	2	1	No musicalizan los contenidos y no presentan narración en of.

Elaboración: Propia

Según lo expuesto en la tabla 13, sobre lo observado en los 20 vídeos del fan page del club de periodismo, podemos decir que, respecto al primer indicador si tienen los recursos técnicos para realizar un contenido audiovisual, se evidencia que en su mayoría son aceptables, pero no llegan a cumplir con el propósito de tener un buen contenido, pues, los equipos son prestados para poder cubrir los eventos. Así también, el guion no se elabora de manera clara y concisa previo a cada reportaje o entrevista, y por ende se observó una estructura secuencial del guion deficiente en gran parte de los videos. Sobre el indicador de las funciones del equipo de realización, si las tienen definidas, pero no siempre se cumplen, ya que, no se organizan como debe ser. Los vídeos en su mayoría, como por ejemplo en la entrevista al profesor Luis Flores Morillas, son aceptables, sin embargo, estos no delimitan bien los encuadres para cada plano, y no tienen un dominio del mismo. Lo mismo sucede con los planos en las fotografías donde la composición no es la adecuada, pero si utilizan correctamente los diferentes tipos planos, de cierta forma aceptable, pero no bien logrados en su totalidad según el contexto. El tiempo de duración en cada plano no está determinado porque no realizan un plan de rodaje previo, y para el último indicador observado sobre la edición final si la narración sonora va acorde al ritmo y orden de los planos, se determina que es deficiente, ya que no musicalizan los contenidos y no presentan narración en of.

Para los resultados de las entrevistas a profundidad, se siguió el modelo de Taylor y Bogdan (2000), contando así con una guía sobre los diferentes aspectos a indagar como investigador, siendo aplicada a tres expertos en el tema de contenidos audiovisuales. Se logra cumplir con el objetivo de recabar la información relacionada a la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo escolar. Se presenta el perfil de los expertos a continuación:

Tabla 14. *Perfil de los expertos en contenidos audiovisuales*

	<b>EXPERTO EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>CARGO</b>
<b>1</b>	Lic. Ivan Alexander Bravo Silva	TV Cosmos	Productor general de “Hoy Noticias”
<b>2</b>	Lic. Giancarlo Paredes Garboza	IR TV para America TV	Productor general de la sede Chiclayo y Cajamarca
<b>3</b>	Lic. Manuel Eyzaguirre Bravo	Universidad Particular de Chiclayo	Docente de producción audiovisual.

*Elaboración: Propia*

En el siguiente cuadro, se detalla el resultado de la entrevista a cada experto, mostrando una síntesis sobre cada aspecto importante.

Tabla 15. *Resultados de la entrevista a cada experto en contenidos audiovisuales*

<b>ÍTEM</b>	<b>ENTREVISTADO 1</b>	<b>ENTREVISTADO 2</b>	<b>ENTREVISTADO 3</b>
Aspectos importantes para una estrategia de comunicación que	Para mejor los contenidos audiovisuales, se debe tomar en cuenta en la estrategia el equipo humano, que debe estar bien capacitado	En una estrategia de comunicación lo primordial que se debe hacer al realizar contenidos audiovisuales, es fijarse perfectamente cuál es el	Antes de plantear la estrategia, se debe tener un análisis del entorno, a donde se quiere llegar y plantear bien los objetivos, como lo vamos hacer,



---

<p>permita mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales.</p>	<p>pues sino no se van a tener los resultados que uno quisiera.</p>	<p>propósito, porque eso va permitir seguir un camino adecuado, y escoger perfectamente las herramientas e incluso el lenguaje que se utilizará, el lenguaje del mimo audiovisual, y de igual manera los planos.</p>	<p>cuando lo vamos hacer y a partir de ahí se plantea el estilo, la dinámica de la estrategia, la planificación que debe tener, porque una estrategia finalmente está formando parte de un gran proyecto de comunicación.</p>
--	---	--	---

<p>Géneros periodístico recomendados para los contenidos audiovisuales en un club de periodismo escolar.</p>	<p>Para los integrantes de un club de periodismo una nota periodística es ideal y les va ayudar a comprender que para tener una buena nota es necesario e importante tener información de primera fuente, como grabar con el entrevistado y tener su versión.</p>	<p>En realidad, deberían ser todos, pero ir de acuerdo a la complejidad de la nota y a los tiempos que se manejen. En un club de periodismo a veces se trabaja con tiempos muy cortos, y la nota informativa sería lo más ideal en cuestión de tiempo, pero considero que sería genial que puedan hacer reportajes, crónicas.</p>	<p>La nota informativa debe ser clave, hay que revalorizarla, porque han caído a menos gracia a una televisión peruana descuidada. Pero apuntar primero que antes de la nota informativa se debe saber cómo escribir audiovisuales, porque también se escribe. Así también, un mini documental sería un formato bien interesante para un club de periodismo.</p>
--	---	---	--

<p>Se considera si todo buen contenido audiovisual parte de una buena redacción.</p>	<p>De todas maneras, el tener una muy buena redacción permite llegar al televidente de una forma adecuada, siendo este puente del que se habla en el lenguaje audiovisual.</p>	<p>Creo que es un complemento, ahora se está estipulando mucho hacer las notas más en ON y se da uso de los Stan up. Pero, si es fundamental en el sentido que ayuda a mejorar y dinamizar los ritmos del reportaje, demostrando también la calidad del profesional.</p>	<p>Si, evidentemente, por eso es que existen formatos, normas, estructuras y eso tiene que ver con la formación 1° Educativa lo aprendido en lengua, tener buena ortografía, capacidad de síntesis, que hoy en día es fundamental para cualquier contenido audiovisual.</p>
<p>Características de debe tener un contenido audiovisual de calidad.</p>	<p>Primero el lado técnico, por ejemplo, la iluminación, los planos, es básico saber cuándo alguien está a contraluz, identificar ruidos, direccionar bien el micro. Luego, tener el tema y el cuestionario bien planteado.</p>	<p>Uno de los factores primordiales es el tratamiento propiamente tecnológico, se debe apelar a la búsqueda de los mecanismos o las herramientas que permitan tener una mejor calidad de video, una mejor calidad de sonido.</p>	<p>Primero se debe empezar por la capacidad de observación, el descubrir realidades extraordinarias en cosas ordinarias. Segundo punto es alimentar el espíritu por la capacidad de síntesis, es decir, saber utilizar una imagen fotográfica, en video, un icono, un signo. Otra característica es la búsqueda de la creatividad y finalmente debe tener una línea de estilo.</p>

<p>Proceso que se debe seguir para elaborar un contenido audiovisual de calidad.</p>	<p>Para un buen contenido audiovisual, en la pre-producción es básico tener idea de lo que se va a hacer, donde se va a grabar, con quien, cuando, donde, los equipos a utilizar. Es importantísimo tener bien definido eso, para poder tener un buen trabajo.</p>	<p>Creo que se debe elaborar los contenidos en base a las necesidades de la gente ¿Qué necesitan? ¿Cómo se informan?, ¿Cuánto debe durar un video?, ¿En qué plataforma se va a publicar? Considero que armar una buena estructura, respondiendo a las necesidades de la gente, es lo principal para encaminar un buen proyecto audiovisual.</p>	<p>Con respecto a las notas informativas, tiene una estructura; al inicio el periodista debe escribir un guion, seguir ciertos parámetros por ejemplo, darle valor al Stan up inicial, central y el de conclusión; ahí ya se está planteando una estructura de tres actos, pero entre cada acto hay un desarrollo, y deben estar escritos previamente.</p>
<p>Secuencia que se debe seguir en el proceso de preproducción de un contenido audiovisual de calidad.</p>	<p>Si hablamos de un reportaje, se necesita definir el destino, el tiempo que tomará llegar al lugar, cuánto tiempo se grabará, a quien se va a entrevistar, saber quién me va a recibir, cuántas veces iré a grabar, si es pertinente grabar con su clima y otros. Todo debe tener una secuencia una organización.</p>	<p>Creo yo que hacer una pequeña investigación de mercado, reunir a la gente, un focus group, reunir al público que pienso dirigirme y buscar información de primera mano. En el proceso de preproducción no solo ver la parte logística, si no también, a quien me voy a dirigir y escudriñar lo máximo a ese público objetivo.</p>	<p>El guion está en la preproducción, pero antes de ello está la investigación, siempre se va a mencionar el qué, quién, cuándo, cómo, dónde, buscando el impacto que ese suceso o hecho tiene para un entorno. También considerar que cada nota tiene cierta vigencia, por ello, hay que pensar en cómo ese contenido va a perdurar en el tiempo.</p>

---

			<p>Hay dos tipos de contenido; el contenido efímero de internet que se convierte en un contenido fantasma y el contenido vigente, que puede ser usado como referencia para investigaciones y para que otros puedan aprender.</p>
<p>Estructura que se debe tomar en cuenta al escribir un guion para un contenido audiovisual de calidad.</p>	<p>Si es un video institucional, necesitas definir qué es lo que se va a mostrar en el video, que imágenes, con que entrevistados se contará, los planos a utilizar, y el mensaje y objetivo general que quedará plasmado en el producto final.</p>	<p>Considero que los guiones lo que deberían tener es una forma y redacción para dar el orden y evitar los atropellos y poder controlar bien los tiempos, para tener el orden en el tratamiento audiovisual.</p>	<p>Creo que debemos regresar al origen de la estructura del guion a dos columnas de video y sonido, o imagen y sonido, pero le añadiría la columna de producción. Yo trabajaría con el guion de tres columnas y es mi gran consejo para los chicos de colegio en los clubes.</p>
<p>Conocimiento de clubes de periodismo escolar en la ciudad de</p>	<p>Si, he tenido referencias del colegio Manuel Pardo, veo sus publicaciones del colegio en Facebook, pero no eh visto ningún contenido que</p>	<p>Si, escuché del colegio Santa Magdalena Sofía, pero está más ligado a la radio. Yo considero que la calidad en estos casos va más por el tema del contenido.</p>	<p>Si, sé que lo está intentando el colegio Manuel Pardo, eh visto algunos trabajos interesantes, también sé del colegio San Agustín, los</p>

---

<p>Chiclayo que hayan hecho los desarrolle contenidos audiovisuales. Consideración sobre su calidad.</p>	<p>que hayan hecho los chicos mismos.</p>	<p>Algarrobos. Sin embargo, el gran problema de los colegios es que a pesar que la competencia de currículo 5 y 6 que hacen mención a desarrollar potencialidades audiovisuales, estos no lo están haciendo bien y muchas veces los educadores tienden a minimizar la labor del periodista, y la labor de esos clubes.</p>
<p>Es importante que toda institución educativa tenga un club de periodismo.</p>	<p>Si es que los chicos están interesados y hay esta convocatoria, sería bueno que se pueda formar, no lo veo tanto como una obligación, y si está dentro de las posibilidades, porque se necesita de equipos básicos para hacer un buen contenido y no todos los colegios están en condiciones de tener eso.</p>	<p>Creo que sí, para que los mismos chicos sepan lo que está ocurriendo en su escuela y se conviertan en ciudadanos exigentes de información, y así se van a convertir en un consumidor altamente activo y propositivo.</p> <p>Si, está reglamentado por ley en la competencia 5 y 6 del currículo nacional de educación. Tuve que estudiarlo para poder entender y defender la importancia del audiovisual en el colegio. Y cuando hablo de audiovisual es la fotografía, diseño, televisión, cine, y todos los géneros y subgéneros.</p>

### **3.1.2. Discusión**

Las competencias de los integrantes del club de periodismo, se identificaron aplicando un cuestionario, el cual fue analizado y dividido en grupos, respecto al primer grupo de vocación, la mayoría considera que la actividad periodística que desarrollan forma parte de su vocación profesional de periodista, y los géneros periodísticos que más desean aprender es el reportaje y la nota informativa. Por otro lado, el grupo de competencias, evidenció que los integrantes casi nunca han redactado una nota informativa para el club, pues desconocen su estructura y las técnicas de redacción básicas; así menciona Blanck (2014), que la noticia o nota informativa es el género fundamental del periodismo y nutre a los demás; por lo cual, es esencial que los integrantes del club aprendan a elaborarla. Sin embargo, presentan una frecuencia de lectura inter-diaria, reflejando que si les gusta leer, y esto junto con su participación en el club ha logrado que su competencia de interpretación mejore. En relación a la competencia de fotografía el 90% de los integrantes no ha llevado ningún curso de dicho tema y tampoco tienen un dominio total de la cámara de video durante una grabación, lo cual es fundamental para poder elaborar un contenido audiovisual de calidad; así también, en el grupo conocimiento, mostró que de los diferentes tipos de planos, reconocen con mayor facilidad el plano general y el primer plano, tal como lo muestra la investigación de Castillo (2016), quien describió los elementos del lenguaje audiovisual en la televisión peruana, como los planos, los movimientos, la posición de cámara y la edición, los cuales enriquecieron los contenidos.

Por último, en el grupo capacitación, indicaron que a veces los docentes del área de comunicación los apoyan para mejorar su redacción y ortografía, y respecto al club casi nunca les ha brindado alguna capacitación sobre dicho tema, generando que sus competencias no sean desarrolladas al máximo; afirmando así la investigación de Galán (2016), quién encontró que uno de los factores que hace que los estudiantes de 5to semestre y 4to nivel de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil no cuenten con buenas presentaciones audiovisuales al momento de realizar un proyecto de vinculación con la comunidad, es debido a que no tuvieron una guía para un mejor desarrollo y tampoco llevaron seminarios o capacitaciones.

En los contenidos audiovisuales que realiza el club, se observó, que casi todos presenta un guion deficiente, al no ser claro ni conciso, y esto es a consecuencia que los integrantes

del club no elaboran un guion previo, el cual debería seguir una estructura secuencial, pero no lo tienen bien definido. Tal como lo menciona Villacis (2018), un guion literario, no es más que, un documento que describe la narración en contenido que va a presentarse en el filme, en el cual, se especifican claramente las acciones de los personajes en base a unos diálogos previos. Por ende, los integrantes del club deberían saber elaborar un buen guion, pero no lo hacen, ya que, en el colegio no les enseñan.

Los planos en las fotografías, no tienen una composición adecuada, aunque si los identifiquen, no los utilizan correctamente según el contexto, y no cumplen con los tiempos programados, puesto que, no realizan un plan de rodaje previo; además la edición final se determina que es deficiente al no musicalizar los contenidos y no presentar narración en of. Lo mencionado guarda relación con el trabajo de García (2017), quién encontro que los cortometrajes analizados si cumplían con los componentes básicos como la narrativa del discurso cinematográfico y encuadres fotográficamente compuestos, en su gran mayoría, planos y ángulos definidos, pero en ciertos casos se mostró la falta de composición musical, banda sonora o soundtrack para cada formato.

Para poder elaborar la estrategia de comunicación que mejore la calidad de los contenidos audiovisuales, se aplicó una entrevista a tres especialistas en el tema, quienes coinciden que el aspecto más importante para una estrategia de comunicación es fijar el propósito y plantear bien los objetivos, el cómo y cuándo lo van hacer, es tener una buena planificación, teniendo en cuenta también el equipo humano, así se cumple con lo mencionado por Ezquerria y Rodríguez (2013), indicando que “el proceso de grabación y edición conllevan tareas como la búsqueda de información, planificación, organización y el trabajo en equipo”.

Los expertos recomiendan que para realizar contenidos audiovisuales el género periodístico clave es la nota informativa, pues es esencial para poder partir a las entrevistas y a los reportajes, también consideran que para ser de calidad se debe partir de una buena redacción, ya que, para llegar al televidente, es necesario tener bien redactado la pauta o guion. Entonces el proceso que se debe de seguir al momento de elaborar un contenido audiovisual de calidad, es escribir un buen guion dándole valor al Stan up inicial, central y el de conclusión, para ello en la pre-producción se debe tener en claro lo que se desea hacer, donde se va a grabar, con quienes y cuando, y los equipos que serán necesarios, armando una

buena estructura que responda a las necesidades de la gente. Así lo indica Wilcox, Ault y Agee (2010), quienes definen que “La estrategia de comunicación es la actividad que describe cómo se va a alcanzar, en teoría, un objetivo, ofreciendo líneas directrices y temáticas para el programa global.” Entonces, se puede decir, que el proceso deberá contar con una buena estructura, que permita cumplir con el objetivo de la estrategia, partiendo de un buen guion.

Según lo anterior, los expertos mencionaron que en la fase de pre-producción su secuencia primero será hacer una investigación, como el saber a quién se entrevistará, cuantas veces se grabará, además se puede hacer un focus group para poder dirigirse al público objetivo, pensando siempre en no elaborar contenido fantasma, sino contenido vigente que puede ser usado como referencia para otras investigaciones. Así Torres, Predraza, y Viuche (2009), indican que tener una buena etapa de preproducción llevará a reducir errores, retrasos, imprevistos y toda clase de dificultades en el proceso de producción de ahí que el proceso de preproducción se identifica por ser extenso y muy complejo.

También se hizo mención respecto a la estructura que se debe tomar en cuenta al escribir un guion, obteniendo que primero se necesita definir qué es lo que se va a mostrar en el video, otro de los experto indicó que los guiones lo que deberían tener es una forma y redacción para dar el orden y evitar los atropellos, sin embargo, también se obtuvo que se debe regresar al origen de la estructura del guion a dos columnas e incluso de tres agregándole la columna de producción. Entonces, lo que mencionó en su artículo Jordán (2016), que los comunicadores de hoy fomentan la práctica comunicativa, enfocándose en la escritura, desarrollando habilidades cognitivas, socioculturales y lingüísticas; esto refuerza lo dicho por los expertos, ya que, el definir la estructura del guion va fomentar su práctica en escritura y desarrollen sus habilidades.

### **3.2. Consideraciones finales.**

En el presente trabajo de investigación luego de analizar los resultados se llegó a obtener las siguientes conclusiones:

La competencia de redacción de los integrantes del club de periodismo respecto a la realización de los contenidos audiovisuales es deficiente, debido a que desconocen la estructura de una nota informativa y las técnicas de redacción básicas. Así también, sobre la



competencia de fotografía la mayoría de los integrantes no llevó ningún curso de dicho tema y tampoco tenían un dominio total de la cámara de video durante una grabación.

Se concluye que, los contenidos audiovisuales del club de periodismo presentaban un guion deficiente, pues no eran claros ni concisos, debido a que no elaboraban un guion previo en base a una estructura secuencial, así mismo, en su edición final no musicalizaban los contenidos y no contaban con una narración en of

Se concluye que, la estrategia de comunicación que mejore la calidad de los contenidos audiovisuales debe tener como aspecto más importante el propósito y sus objetivos, así también el género periodístico clave que deben desarrollar es la nota informativa, y para ser de calidad deben de partir de una buena redacción.

Las recomendaciones que se brindan sobre el presente trabajo de investigación son las siguientes:

La institución educativa, debe dar cumplimiento a lo establecido por el MINEDU en su resolución ministerial N° 281-2016 que aprueba el currículo nacional de la educación básica, resaltando las competencias cinco sobre investigación por parte de los alumnos, es decir, apreciar de manera crítica manifestaciones artístico-culturales, haciendo énfasis en que el estudiante investigue, comprenda y reflexione sobre manifestaciones de su entorno, permitiendo desarrollar habilidades de percepción y de análisis. Así también, la competencia seis sobre redacción, en la cual el alumno debe aprender a crear proyectos desde los lenguajes artísticos, expresando sus sentimientos e ideas de diferentes maneras, uno de ellos el arte visual, como lo son fotografías, audiovisuales, desarrollando habilidades imaginativas, creativas y reflexivas.

Se recomienda, que la institución educativa brinde capacitaciones a los asesores internos, es decir, a los docentes del área de comunicación, respecto a redacción periodística para plataformas digitales.

Se recomienda la implementación de un laboratorio exclusivo y equipado para el desarrollo de las actividades del club de periodismo.

Se recomienda realizar alianzas con medios de comunicación y/o instituciones de educación superior que brinden respaldo y contribuyan con el enriquecimiento vocacional de los integrantes del club de periodismo.

### **3.3. Propuesta**

El presente trabajo de investigación propone una estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales e identificar las competencias y los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo.

## **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN “POTENCIALÍZATE”**

### **I. DATOS**

Estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019

#### **1.1. Lugar de investigación:**

Club de periodismo del colegio nacional San José

#### **1.2. Fan page del club de periodismo:**

[https://www.facebook.com/clubdeperiodismosanjosefino/?\\_tn\\_=%2Cd%2CP-R&eid=ARaQbBAqMX28VJ9GbUPDVDook0Y09hA\\_f3YCD\\_-brOT-8j-wcs8HafECHRjBzLlkK1KiRl4ng6sKjXJn](https://www.facebook.com/clubdeperiodismosanjosefino/?_tn_=%2Cd%2CP-R&eid=ARaQbBAqMX28VJ9GbUPDVDook0Y09hA_f3YCD_-brOT-8j-wcs8HafECHRjBzLlkK1KiRl4ng6sKjXJn)

#### **1.4. DURACIÓN**

**Inicio:** Junio 2019

**Término:** Septiembre 2019

#### **1.5. AUTOR**

Guerrero Baca, Jean Pear

### **II. INTRODUCCIÓN**

La presente propuesta de estrategia de comunicación tiene como objetivo mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza” del colegio nacional San José, pues se observó que los contenidos compartidos en las redes sociales son transmisiones en vivo, las cuales no tienen un guion previo. Dicho esto, esta

propuesta ayudará al club a cumplir sus objetivos estratégicos trazados, además de servir como una herramienta para lograr el éxito propuesto.

La estrategia desarrollará talleres para el club de periodismo, con la finalidad que se refuercen sus competencias, conocimientos y capacidades, logrando a su vez captar la atención de más alumnos que deseen formar parte del club, y sean periodistas activos de los distintos eventos que se vienen realizando en el colegio.

La elaboración de la estrategia se realizó siguiendo los pasos de Ayestarán, Rangel, y Sebastián (2012), analizando la situación y estableciendo acciones para mejorar sus falencias; dicha mejora desarrollará la estrategia de visibilidad de Porter (2009), la cual actualmente se consigue a través del uso de redes sociales.

### **III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN**

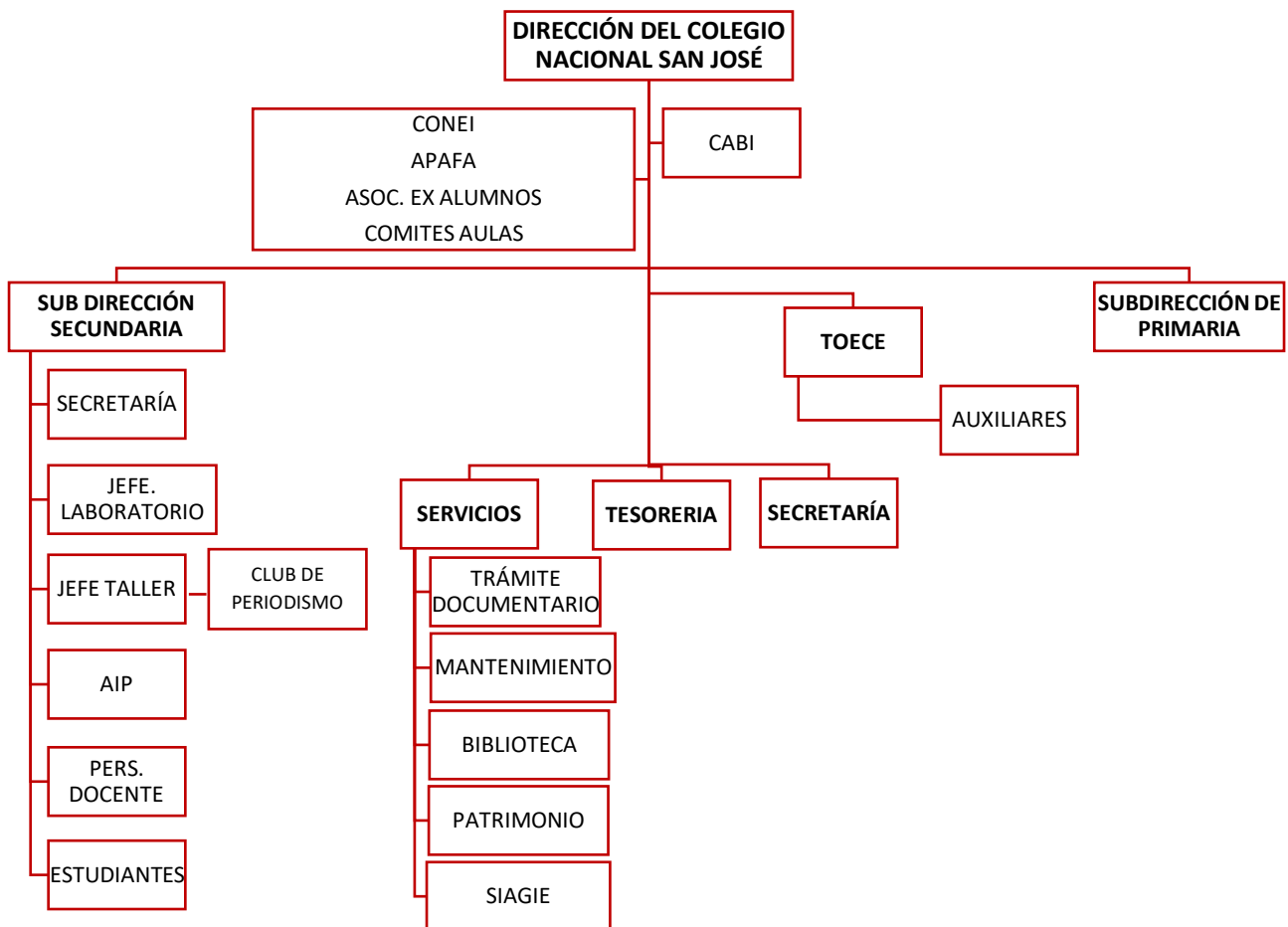
Desde hace décadas en los colegios existen clubes de periodismo, pero observamos que no gestionan ninguna estrategia de comunicación para ser bien reconocidos por la población.

El club de periodismo “Hubert Limo Mendoza” del colegio nacional San José de Chiclayo, en el transcurso de los años ha difundido sus actividades, a través de distintos medios, pero hoy en día lo hace de forma digital, sin embargo sus contenidos audiovisuales no han tenido una buena calidad, impidiendo así captar la atención de la comunidad estudiantil.

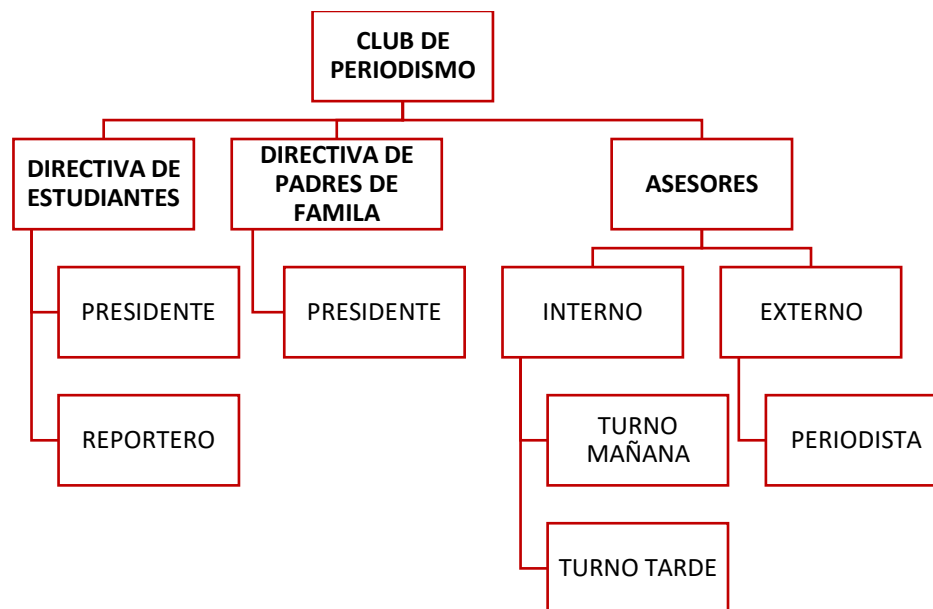
Actualmente el club de periodismo viene desarrollando una serie de actividades según su cronograma, pero no aplican ninguna estrategia de comunicación para mejorar la calidad de sus contenidos audiovisuales, y no logran obtener el alcance programado, sin embargo, esto pueden mejorar y generar más interacción al desarrollar una buena estrategia que cumpla con el objetivo de crear una buena imagen del club y se obtenga el reconocimiento de los estudiantes y de la población.

#### **3.2. Organigrama**

## Organigrama del Colegio Nacional San José de Chiclayo



## Organigrama del Club de Periodismo del Colegio Nacional San José de Chiclayo



### 3.3. Misión

Somos una Institución Educativa Emblemática, líder de la región Lambayeque, formadores de estudiantes competitivos con sólida formación axiológica en los niveles de educación primaria y secundaria; con infraestructura moderna e inclusiva, con una gestión democrática, transparente, ambiental y generadora de un clima escolar saludable.

### 3.4. Visión

Al año 2020, nuestra Institución Educativa Emblemática Colegio Nacional de "San José", será acreditada con estudiantes competentes, con sólida formación integral reflejada en su identidad Sanjosefina; con trabajadores competentes, comprometidos y con solvencia ética; padres de familia involucrados en el aprendizaje de sus hijos y el desarrollo de la gestión institucional.

### **3.5. Valores**

Respeto

Responsabilidad

Honestidad

Trabajo En Equipo

Comunicación

## **IV. JUSTIFICACIÓN**

El club de periodismo “Hubert Limo Mendoza” del colegio nacional San José, es un club sin fines de lucro, que tiene la convicción, que para lograr el desarrollo profesional de los integrantes se debe mejorar sus competencias y conocimientos

El objetivo principal de esta propuesta es establecer la estrategia de comunicación para poder mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales del club de periodismo, a través del reforzamiento de ciertas competencias y conocimientos de sus integrantes.

La importancia de esta propuesta radica en que sus integrantes logren realizar contenidos de calidad que transmitan modos profesionales del periodismo, y con ello invitar a más alumnos del colegio a desarrollar la profesión de periodista escolar, para que de esta forma el trabajo de todos sea reconocido tanto a nivel escolar como profesional.

## **V. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Elaborar la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales

### **5.2. Objetivos Específicos**

- Reforzar las competencias de redacción de los integrantes del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”.

- Fortalecer los conocimientos audiovisuales de los integrantes del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”.
- Brindar capacitación a los docentes del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”.

## **VI. PÚBLICO OBJETIVO**

Se trabajará con los alumnos que forman parte del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza” del colegio nacional San José, Chiclayo, y también con los docentes del área de comunicación que son el apoyo de dichos integrantes.

## **VII. ESTRATEGIA**

Se trabajará con la estructura de estrategia de Ayestarán, Rangel, y Sebastián (2012) y junto con la estrategia de visibilidad de Porter (2009), la cual consiste en tener presencia de marca que reside en ir más allá de tener un sitio web, y que se consigue en la actualidad a través del uso de redes sociales, acciones o colaboraciones con otros perfiles, también con apariciones en medios de comunicación.

<b>OBJETIVO</b>	<b>TALLER</b>	<b>CONTENIDO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DURACIÓN</b>
<p>Reforzar las competencias de los integrantes del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”.</p>	<p>1. Taller de redacción e interpretación de textos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El texto académico:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-Estructura y partes</li> </ul> </li> <li>• El párrafo:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estructura y esquema</li> </ul> </li> <li>• Redacción de párrafos (desarrollo de ideas).</li> <li>• Ortografía               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acentuación</li> <li>- Signos de puntuación</li> <li>- Homófonos</li> </ul> </li> <li>• Tipos de textos:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Argumentativos</li> <li>- Expositivos</li> <li>- Narrativos</li> <li>- Descriptivos</li> </ul> </li> <li>• Lectura de textos seleccionados.</li> </ul>	<p>Identificar las ideas principales en textos seleccionados.</p> <p>Seleccionar un tema de interés y redactar un párrafo respetando su estructura y esquema.</p>	<p>3 sesiones Cada sesión de 2 horas</p>
			<p>Elaborar un cuadro comparativo de los diferentes tipos de texto.</p> <p>Redactar con orden, claridad y coherencia.</p>	
			<p>Comentar y opinar sobre los textos leídos.</p>	
<p>Fortalecer los conocimientos de los integrantes del club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”.</p>	<p>2. Taller de lenguaje audiovisual.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de las cámaras DSLR en producción audiovisual.</li> <li>- Encuadre y composición.</li> <li>- La angulación</li> <li>- El plano</li> <li>- Color</li> <li>- Luminosidad</li> </ul>	<p>Práctica de tomas fotográficas y exposición e interpretación de las mismas.</p>	<p>2 sesiones Cada sesión de 2 horas</p>



	3. Taller de realización de contenidos audiovisuales de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procesos de la producción audiovisual.</li> <li>- Roles dentro de la producción audiovisual.</li> <li>- Tipos de guiones y plan de rodaje.</li> </ul>	<p>Elaborar una propuesta de un guion para un programa televisivo con sentido educativo.</p> <p>Aplicar la teoría para la realización de una nota informativa audiovisual.</p>	<p>3 sesiones Cada sesión de 2 horas</p>
Brindar capacitación a los docentes del club de periodismo "Hubert Limo Mendoza".	4. Taller de Capacitación en redacción de géneros periodísticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Géneros periodísticos. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informativo</li> <li>- Noticia</li> <li>- Reportaje</li> <li>- Opinión</li> <li>- Artículo</li> <li>- Columna</li> <li>- Comentario</li> <li>- Interpretativo</li> <li>- Crónica</li> <li>- Entrevista</li> </ul> </li> </ul>	<p>Analizar el entorno según tema de coyuntura.</p> <p>Elaborar una propuesta para un programa televisivo con sentido educativo</p>	<p>2 sesiones Cada sesión de 2 horas</p>
	5. Taller de Comunicación Digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacción de contenidos para plataformas digitales.</li> </ul>	<p>Elaborar una nota informativa para la red social Facebook.</p> <p>Crear un fanpage profesional para el desarrollo de su marca personal.</p>	<p>2 sesiones Cada sesión de 2 horas</p>

## TALLER 1: Taller de redacción e interpretación de textos.

### CONTENIDOS

#### 1. El texto académico

Un texto académico al igual que los textos científicos y técnicos generalmente se caracteriza por su claridad, la precisión y objetividad, pues a partir el punto de vista lexical cada disciplina despliega una terminología o lenguaje especializado propio cuyo conocimiento permita al lector obviar cualquier ambigüedad típica de la lengua estándar.

##### **Estructura y partes:**

La estructura se puede esquematizar en los siguientes componentes: **a) La presentación**, donde expondrá sobre lo que hablará; **b) El núcleo**, que desarrolla el tema a hablar y **c) El cierre**, que se refiere a lo que se ha hablado.

#### 2. El párrafo

Composición desarrollada por un conjunto de oraciones interconectadas entre sí que despliegan una idea o aspecto parcial de la misma. Debe contar con la unidad y tener diferencia del resto y poder ser separada por una pausa notable; es decir, por un punto y aparte.

##### **Estructura y esquema:**

**La entrada inicial:** Es la parte más importante, ya que deberá introducir el tema o idea de manera enérgica, clara y concisa. Si no provoca a continuar la lectura el párrafo estará muerto. Se pueden emplear líneas como:

En estas líneas se intenta demostrar, presentar.

El objeto de este escrito es...

En este trabajo se propone...

Con este estudio se pretenderá...

El autor expone, presentará, realiza una síntesis o un análisis...

En el texto referido se describirá, expondrá, analizará, refiere...

**El desarrollo:** Las oraciones y los conectores que van enlazarse siempre deberán tener la unidad de sentido. No deberán ser tan amplios (6 u 8 líneas). En preposiciones o

conjunciones no se escribe la misma palabra o expresión. Procurar que sean breves y recordar que cada inciso enriquezca la idea básica con información complementaria.

**El final:** Tratará de recuperar algún dato relevante y facilita la conexión con el párrafo siguiente. Las fórmulas y conectores de cierre más habituales pueden ser: por último, en suma, en resumen, en conclusión, en definitiva, a modo de resumen, finalmente, para terminar.

### 3. Redacción de párrafos

Un párrafo es la pequeñísima unidad de redacción que explicará y desarrollará el significado de una idea, que por lo general consta de tres partes: la oración principal, las oraciones argumentativas y la oración concluyente; todas ellas tienen la misma palabra clave que controlará la información en el resto del párrafo.

### 4. Ortografía

#### **Acentuación:**

**Acento:** Es la mayor pronunciación que se le proporciona a la sílaba tónica de cada palabra.

**Sílaba Tónica:** Es la sílaba que se pronuncia con mayor fuerza, las sílabas que se declaman más débiles se llaman átonas.

#### **Clases de acentos:**

Ortográfico (escrito)

Prosódico (pronunciado, no escrito)

- a) Enfático. (se utiliza en interrogaciones y admiraciones)
- b) Diacrítico. (se utiliza para distinguir)
- c) Disolvente. (se utiliza para disolver diptongos o triptongos)

### 5. Tipos de textos

**Argumentativos:** es aquel donde el emisor tiene como propósito comunicar y explicar sus ideas y convencer al receptor. Tendrá un carácter polémico, ya que suele fundamentarse en

la contraposición de por lo menos, dos posturas, y para resguardar cada una, el emisor utiliza argumentos o estrategias de persuasión y convencimiento.

**Expositivos:** es un tipo de discurso que está caracterizado por informar al receptor de manera clara sobre un tema en determinado, es decir, se basa en la función referencial del lenguaje.

**Narrativos:** es una manera de expresión que narra historias o hechos sucedidos a sujetos, ya sea humanos (reales o personajes literarios), animales o cualquier otro ser antropomorfo, cosas u objetos; y en el cual se presentan un conjunto de sucesos ya sean reales o fantástico, y personas en un tiempo y espacio determinado.

**Descriptivos:** corresponde a un retrato ya sea escrito o hablado de una persona, cosa o animal. Leer o escuchar una descripción es muy semejante a observar una fotografía de lo que se describe.

## **6. Lectura de textos seleccionados.**

La lectura es una práctica activa y dinámica, que involucra la atención y concentración de una persona, así mismo liberar a la mente de otras preocupaciones y sumergirse en un mundo que desarrolle la imaginación. La lectura también estimula la capacidad de fantasía y te traslada a otros tiempos o lugares; es decir, envuelve en tramas que transforman y consienten vivir otras vidas. Esto se ha desarrollar de forma práctica con diferentes tipos de textos que permitan captar la atención en el taller.

## **METODOLOGÍA**

La invitación para desarrollar este taller se hará mediante un comunicado en el periódico mural. Al iniciar el taller se tomará nota de los nombres de los alumnos participantes. Se utilizarán diapositivas para hacer el taller más dinámico. Será dictado por un docente del colegio, del área de comunicación, para lo cual se entregarán hojas bond y un lapicero para que tomen nota de apuntes. Finalizado el taller se realizará una ronda de preguntas por parte de los estudiantes para poder aclarar todas sus dudas con respecto al tema. Se realizarán diversas actividades para poner en práctica lo aprendido en el taller, las cuales serán identificar ideas principales en textos seleccionados, elegir un tema de su interés y redactar un párrafo respetando su estructura y esquema.

## TALLER 2: Taller de lenguaje audiovisual.

### CONTENIDOS

#### 1. Uso de las cámaras DSLR en producción audiovisual.

**Formato de grabación:** 1920x1080 25fps

**Perfil de imagen:** Se recomienda utilizar un perfil plano donde se pueda obtener un mejor etalonaje para buenas creaciones, por ejemplo: en la Canon EOS 7D, el perfil de imagen ideal sería: nitidez 0, contraste -4, saturación -2 y tono 0.

**Control de luces:** para poder manejar de forma manual la luz, se deberá desactivar todas las opciones del menú que puedan modificar la forma de manipulación de la cámara, por ejemplo, la luminosidad automática.



#### 2. Toma de video

Los elementos a tomarse en cuenta para una adecuada toma de video con cámaras DSLR:

**White Balance:** es la adecuada reproducción del color sin exponer dominantes de color, ya sea producto de la temperatura del color de la fuente de la luz. Para conseguir un adecuado White balance se deberá realizar una foto en superficie blanca o gris, completando el marco

con dicho objeto. Luego se extrae el White balance de esa fotografía a la configuración personalizada.

Se deberá emplear el mismo White balance para toda la toma que tenga semejante iluminación.

**Exposición:** Consiste en la cantidad de luz que recae en el sensor, para ello se debe tener en cuenta:

**ISO**, la ampliación digital de la señal del sensor. Si la sensibilidad ISO es alta, mayor es el nivel de ruido. Se debe utilizar el ISO o nivel de ganancia más bajo cuando la imagen esté adecuadamente expuesta.

**Velocidad de obturación**, en un look cine, se debe colocar el obturador al doble de los 60 cuadros por segundo.

**Apertura del diafragma**, es el tamaño del orificio por donde se filtrará la luz y exponer el sensor de la cámara. Se mide en números f (longitud focal del lente dividido por el diámetro de la abertura). Si es más alto el número f mayor va ser la profundidad de campo.

**La cantidad de luz de la escena**, en interiores se inspecciona por el director de fotografía, y en exteriores este factor es poco controlable.

Existen diversos tipos y dependen del ángulo y de la distancia focal, siendo los siguientes:

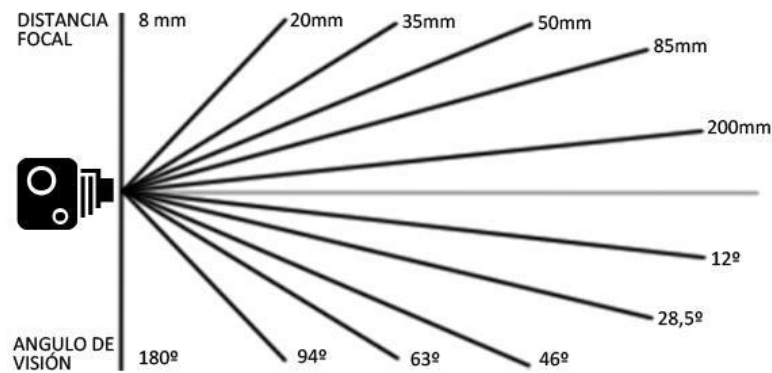
**Ojo de pez**, llega a los 180° o más, y una distancia focal entre 6 y 16mm.

**Gran angular**, ángulos de visión desde 180° a 63°

**Objetivo normal**, se encuentra en 50mm.

**Teleobjetivo**, para fotografías lejanas, con distancia focal desde 70mm a más.

**Objetivo Macro**, es en fotografías cercanas, permiten el enfoque hasta a un centímetro del objetivo.



### 3. Movimientos de cámara

Los movimientos de cámara son los desplazamientos de la cámara en el espacio:

- **Cámara en mano**, produce una sensación de realidad, de vídeo doméstico.
- **Panorámica**, la cámara gira alrededor de su eje vertical u horizontal.
- **Travelling**, desplazamiento de la cámara cambiando la posición de su eje.

### 4. Encuadre y Composición.

**El encuadre:** acción de seleccionar la realidad con la cámara; tenemos un límite que es el marco cuadrado que nos ofrece la cámara (que a veces se apoya en los lentes –gran angular, teleobjetivo, etc.)

Al encuadrar hay que tener en cuenta la:

**Composición:** es la organización de todos los elementos visuales dentro del encuadre para obtener imágenes con sentido, que resaltan y favorecen:

- La estética de la fotografía.
- El mensaje que deseamos transmitir.

### 5. La angulación

Angulación, radica en la posición de la cámara ladeada de tal forma que sea “manipulable” el plano para la creación de determinados efectos en su resultado final. Existen varios tipos:

1. Cenital
2. Picado
3. Normal
4. Contrapicado
5. Nadir



## 6. El plano

Es la unidad mínima del lenguaje fotográfico

Plano general: Cuerpo completo.

Plano americano: Hasta las rodillas.

Plano medio: Hasta la cintura.

Plano medio corto: Hasta el pecho.

Primer plano: Hasta los hombros.

Primerísimo primer plano: Solo el rostro.

Plano detalle: Un elemento aislado.

## 7. Color

En todo proyecto audiovisual, el etalonaje o corrección de color corresponde a la última fase de la postproducción antes de realizar el mastering. Por ello es preciso que la edición del proyecto haya quedado concluida antes de comenzar con la corrección de color. La corrección de color es esencial a la hora de asegurar la continuidad y crear ambientes que impulsen el desarrollo de la narración.

La profundidad de color o profundidad de bits por pixel es otro indicador de la calidad de la imagen digital. “Indica la cuantificación de la señal, es decir, cuantos bits se utilizan



para describir cada píxel.” (Ochoa y Utray, 2016, p. 17). Dependiendo del número de bits se pueden expresar la cantidad de colores disponibles a la hora de codificar la imagen.

## **8. Luminosidad**

La luminosidad, es la apertura relativa de un objetivo, siendo el cociente de la distancia focal del objetivo y el diámetro máximo de su diafragma e indica la cantidad de luz que se va poder dejar pasar. Se encuentra determinada por:

La distancia del objetivo y la imagen que se proyecte, siendo función de la distancia focal. El diámetro de la luz que penetrará al objetivo, dependiendo del diseño y construcción del objetivo. Su valor máximo de dicho diámetro se le denominará apertura efectiva.

## **METODOLOGÍA**

Se realizará un convenio con la Universidad Señor de Sipán (USS), para que los estudiantes de ciencias de la comunicación realicen prácticas en el club de periodismo “Hubert Limo Mendoza”, con la finalidad que un experto en el tema dicte el taller de lenguaje audiovisual, en el cual se les explicará de forma detallada en que consiste este segundo taller. Además, se les brindará a los alumnos del club, las características y la utilización adecuada de una cámara DSLR, y a la misma vez se les enseñará los diferentes encuadres, ángulos, planos e iluminación. Para poder verificar el interés y el compromiso de los alumnos por el querer aprender, se realizará una actividad la cual consiste en realizar una presentación fotográfica temática sobre el tema que se proponga, con un título y teniendo un concepto claro, leyendas por cada foto y el uso creativo y original de los elementos. Se detectará las personas con mayor habilidad en este taller para poder asignarle las tareas y responsabilidades a cumplir en los diferentes formatos a trabajar.

## **TALLER 3: Taller de realización de contenidos audiovisuales de calidad.**

### **CONTENIDOS**

#### **La preproducción**

Es la etapa inicial y entre sus principales objetivos se encuentra asegurar las óptimas condiciones de la realización. Existe un conjunto de actividades predestinadas a la guionización y organización de la producción (siendo la formación del equipo de trabajo, los roles, la redacción, el presupuesto, financiamiento, plan de locación y el rodaje).

#### **La Producción |**

Finalizado el guion y el plan de rodaje se ingresa a la etapa de Producción. Se seleccionan los elementos auditivos y visuales que formará parte de la producción final, pueden ser, los resultados de entrevistas, contextos y la investigación de materiales complementarios. Así, se empieza a cumplir y concretar la realización de lo establecido en el guion, tomando en cuenta que una producción exitosa reflejará los resultados de una apropiada planificación previa.

De acuerdo a un plan de grabación previo, se registrarán las imágenes a utilizar con la intervención del equipo de realización, ya sea el camarógrafo, ayudante, iluminador, sonidista, director, periodista, productor u otros, quienes varían depende de lo que se pretende desarrollar, pudiendo ser un noticiero o un documental, entre otros.

#### **La post-producción**

Se inicia con una revisión completa del material grabado y de archivo, para la elaboración final del guion de edición, con el fin de optimizar tiempo y brindar calidad en la edición de imagen y sonido. Luego se continua con la etapa de edición final, decidiendo el orden definitivo y el tiempo a durar cada plano; surgen los procesos sonoros, la gráfica y efectos especiales. El rodaje divide la realidad en planos, pero en la edición estos serán rearmados. Se trata entonces de la construcción de relaciones sonoras y visuales entre plano y plano-

La edición, es el conjunto de operaciones que se realizan al material grabado y poder obtener la versión completa y final del producto audiovisual. Se debe tomar en cuenta el

orden que tendrán los planos, el adecuado ritmo y sonorización. La estructura narrativa va tomar forma y así sea entendible. Se colocarán sonidos, títulos, gráficos, placas, efectos de música, y efectos de 3D si son necesarios. El resultado de todo deberá estar listo para ser transmitido; siendo el resultado audiovisual del guion más la edición. Sobre la calidad del producto, se menciona que el material puede ser sometidos a algún proceso correctivo, como el color y audio, de cortes de toma, de saltos, u otros que otorguen el cumplimiento de los estándares de calidad para su transmisión.

#### **- Tipos de guiones y plan de rodaje.**

El guion es esencial para formar el contenido del video y cuáles serán las adecuadas y óptimas condiciones para el rodaje. Colocar las ideas en un el papel obligará a definir las, precisarlas y estructurarlas, para luego verlas en el producto final. Se dice que el guion es la forma escrita que va tener el producto audiovisual.

Se debe seleccionar un tema y definir una estructura flexible para encontrarse con la realidad, teniendo en cuenta que el relato debe desarrollarse con un orden cronológico. La etapa inicial de la guionización radica en establecer el tema que será desarrollado en el video lo más claro y posible, teniendo siempre presente al espectador y los objetivos que se pretenden lograr.

## **METODOLOGÍA**

El alumno asignado a realizar prácticas, tendrá la gran labor de sacar adelante el progreso de los alumnos del club. En este tercer taller ya se tiene bien identificado a los alumnos con mayor interés y con mejores habilidades en el tema de la cámara, por ende, se les enseñará cuales son los procesos de la producción audiovisual, los roles y los tipos de guiones, sobre todo un plan de rodaje. Con este taller se pretende identificar a los alumnos con mejores habilidades para el tema de producción de un audiovisual con un contenido de calidad, puesto que un alumno puede ser bueno con la cámara y edición, pero no con la redacción de un guion. Para ello se realizarán las actividades como elaborar una propuesta de un guion para un programa radial y/o televisivo con sentido educativo y así aplicar la teoría para la realización de una nota informativa audiovisual. La finalidad de lo anterior es

poder definir a las personas por sus habilidades para poder asignarles sus tareas dentro del club.

#### **TALLER 4: Taller de Capacitación en redacción de géneros periodísticos.**

### **CONTENIDOS**

#### **1. Género Informativo**

##### **Noticia:**

La noticia es un relato oral o escrito de un hecho de interés en la actualidad. Un suceso se convierte en una noticia si es un tema actual, es trascendente, relevante, capaz de emocionar al lector, tiene algún tema raro o curioso, entre otros. La noticia se va caracterizar por ser objetiva, clara y concisa, donde no aparecerán nunca comentarios u opiniones. Su contenido responde casi siempre a preguntas como el ¿quién?, ¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué? Y presentará una estructura precisa, y la conforma el titular y el cuerpo.

##### **Reportaje:**

El reportaje es un relato de actualidad, una reconstrucción de la noticia, donde el lector la revivirá y comprenderá a detalle desde diferentes puntos de vista. Es uno de los más libres géneros periodísticos informativos, por lo que reúne recursos y procesos de otros géneros y estilos como las noticias, crónicas, novelas, artículos, ensayos. El reportaje llevará siempre el sello de algo vivido y la firma de quien lo redactó.

#### **2. Opinión**

##### **Artículo:**

Es un escrito serio que es redactado por periodistas de cierto prestigio en un área o áreas especializadas, como la educación, la política, la economía, religión, etc. El artículo de opinión no sigue reglas, es por eso que se llama de opinión ya que puede parecer una crítica, ensayo, crónica, narración, diálogo o discurso, porque plasma la ideología del autor. El propósito del artículo influye en la opinión de los lectores, además de brindar una determinada visión de algún tema, pero escrito de tal manera que todos lo lleguen a comprender.

**Columna:**

El concepto de columna periodística se emplea al hablar de un artículo de opinión. El periodista que se encargará de preparar la columna se le denomina columnista. La columna es entonces un género del periodismo que se usa cuando se va requerir la expresión desde su punto de vista sobre a un tema en especial.

**Comentario:**

Es un texto descriptivo y valorativo que se desarrolla de acuerdo a otro texto. En él se evaluarán los aspectos más relevantes que lo conforman, por ello es necesario recurrir a la interpretación personal y emitir opiniones. En el comentario se establecerá un diálogo entre el comentarista y el texto.

**3. Interpretativo****Crónica:**

Es una narración establecida en aspectos verídicos, por lo cual no existen elementos ficticios en su contenido. Generalmente este género literario se basa en acontecimientos que guardan relación con la historia de un pueblo o país. Los episodios a relatar serán presentados en orden cronológico, de tal forma que el lector llegue a conocer el origen de determinado suceso y su desenlace final.

**Entrevista:**

Es un intercambio de ideas u opiniones por medio de una conversación que se genera entre una, dos o más personas, y es el entrevistador quien designará las preguntas a realizar. El objetivo de las entrevistas es conseguir cierta información, ya sea de tipo personal o no.

**METODOLOGÍA**

Este taller está dirigido para los docentes del área de comunicación del colegio, en especial para los que están involucrados con el club de periodismo. La invitación se les hará mediante un comunicado con el apoyo del director de la institución educativa y a través del presidente del club. La finalidad de este taller es descubrir a las personas idóneas que

pueden servir de soporte para los alumnos pertenecientes al club de periodismo, puesto que los alumnos que realizan prácticas no estarán perennes en el colegio y no están presentes durante todo el día en las instalaciones del colegio. Es así que se les capacitará en los distintos géneros periodísticos y se pondrá en práctica lo aprendido con diversas actividades, siendo una de ellas el analizar el entorno según tema de coyuntura y elaborar diversas notas informativas para un programa radial y/o televisivo con sentido educativo. Con estas actividades se seleccionará a los docentes de apoyo para los alumnos, para cuando no estén las personas de guía de primera instancia.

## **TALLER 5: Taller de Comunicación Digital**

### **CONTENIDOS**

#### **1. Redacción de contenidos para plataformas digitales**

Para toda red social se debe tomar en cuenta lo siguiente:

Si se va proyectar la imagen e identidad a través de una red social, hay que tener mucho cuidado, ya que el poseer una mala redacción con faltas ortográficas o una expresión poco clara, puede conllevar al desprestigio y la burla. Esto es para todo medio de comunicación con intenciones de seriedad y calidad.

Si a una estrategia de comunicación la conforma un sitio web oficial o un blog, será primordial tener cuidado con lo siguiente:

La ortografía y redacción.

Tener cohesión y coherencia en los textos.

La agilidad de lectura.

Los tiempos.

Actualmente, el marketing digital consiste en crear contenidos de calidad y que tengan relevancia para sus públicos de las marcas, con el fin de atraerlos como consumidores, pero de una forma más personalizada y cercana. Esto genera interés a las

personas fortaleciendo la imagen propia y su relación con el público objetivo, llegando a posicionar las marcas ya sea social y digitalmente.

El contenido de valor, no solo se definirá por lo que comunica y la forma de hacerlo estratégicamente sino también por su calidad respecto a redacción. Si una red social se maneja de forma profesional, todo su contenido va ser planificado y dirigido a un objetivo. Para ello, se debe cuidar el aspecto de la redacción, y esto es para cualquier plataforma, pues es parte de la estrategia y planificación, siendo suficiente para que sea desarrollada o ejecutada por profesionales con los conocimientos del lenguaje y la comunicación pertinentes, con la capacidad de redactar perfectamente pero también con la habilidad de saber qué es lo que espera su público al que se dirige y expresarse de acuerdo a ello.

## **METODOLOGÍA**

En este último taller se trabajará con todos los docentes que tengan relación al club, para poder ver el nivel de redacción, puesto que este último taller consiste en elaborar una propuesta para un programa radial y/o televisivo con sentido educativo. Para poder identificar los docentes con mejores habilidades, se pretende hacer las actividades de elaborar una nota informativa para la red social Facebook y crear un fan page profesional para el desarrollo de su marca personal. Según el resultado de este último taller, se escogerá a las personas para que puedan capacitar a los alumnos con falencias en redacción y puedan ser soporte y a la vez mejorarlos.

## **VIII. RECURSOS**

### **HUMANOS**

Responsable del proyecto

2 asesores: Daniela Carranza y Carmen Rioja

Colaboradores: Integrantes del club de periodismo (30 alumnos)

**MATERIALES:**

<b>Material</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario S/.</b>	<b>Costo Total S/.</b>
Proyector multimedia (alquiler)	5	40.00	200.00
Plumones acrílicos	6	2.00	8.00
Papel Bond (paquete)	1	10.00	10.00
Lapiceros	40	0.50	20.00
Equipo audiovisual (alquiler)	1	600.00	600.00
Memoria USB	1	30.00	30.00
<b>TOTAL</b>			<b>868.00</b>

**FINANCIAMIENTO**

N°	ACTIVIDADES	FINANCIADO	
		COLEGIO	UNIVERSIDADES / ORGANIZACIONES
1.	Identificar las ideas principales en textos seleccionados.	Actividad realizada por el docente del curso.	
2.	Seleccionar un tema de interés y redactar un párrafo respetando su estructura y esquema.		
3.	Elaborar un cuadro comparativo de los diferentes tipos de texto.		
4.	Redactar con orden, claridad y coherencia.		
5.	Comentar y opinar sobre los textos leídos.		
6.	Realizar una presentación fotográfica temática, con un título, teniendo un concepto claro, leyendas por cada foto y el uso creativo y original de los elementos.		Para cubrir el costo de personal, el director puede enviar un documento a la USS solicitando la presencia
7.	Elaborar una propuesta de un guion para un programa televisivo con sentido educativo.		
8.	Aplicar la teoría para la realización de una nota informativa audiovisual.		
9.	Analizar el entorno según tema de coyuntura.		



10.	Elaborar una propuesta para un programa radial televisivo con sentido educativo		de un estudiante como parte de sus prácticas.
11.	Elaborar una nota informativa para la red social Facebook.		
12.	Crear un fanpage profesional para el desarrollo de su marca personal.		

## IX. CRONOGRAMA (SUJETO A CAMBIOS)

TALLER	N°	ACTIVIDADES	TIEMPO A EJECUTAR (SEMANAS)													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Taller de redacción e interpretación de textos.	1.	Identificar las ideas principales en textos seleccionados.	X													
	2.	Seleccionar un tema de su interés y redactar un párrafo respetando su estructura y esquema.	X													
	3.	Elaborar un cuadro comparativo de los diferentes tipos de texto		X												
	4.	Redactar con orden, claridad y coherencia.			X											
	5.	Comentar y opinar los textos leídos			X											
Taller de lenguaje audiovisual.	6.	Realizar una presentación fotográfica sobre el tema que se proponga, con un título, teniendo un concepto claro, leyendas por cada foto y el uso creativo y original de los elementos.				X										
Taller de realización de contenidos audiovisuales de calidad.	7.	Elaborar una propuesta de un guion para un programa radial y/o televisivo con sentido educativo.						X								

	<b>8.</b>	Aplicar la teoría para la realización de una nota informativa audiovisual.								<b>X</b>	<b>X</b>				
Taller de Capacitación en redacción de géneros periodísticos.	<b>9.</b>	Analizar el entorno según tema de coyuntura.										<b>X</b>			
	<b>10.</b>	Elaborar una propuesta para un programa televisivo con sentido educativo											<b>X</b>		
Taller de Comunicación Digital	<b>11.</b>	Elaboran una nota informativa para la red social Facebook												<b>X</b>	
	<b>12.</b>	Crear un fanpage profesional para el desarrollo de su marca personal													<b>X</b>

## REFERENCIAS

- Aguilar, C. (2010). Contenido audiovisual |. *glossariumBITri*.
- Albarello, F., Canella, R., & Tsuji, T. (2014). La práctica del periodismo escolar como estrategia de inclusión digital genuina en el modelo 1 a 1. *Austral Comunicación*, 40.
- Ayestarán, R., Rangel, C., & Sebastián, A. (2012). *Planificación estratégica gestión de la publicidad*. ESIC.
- Baldeon, F. R. (2018). *Estrategias de comunicación para la mejora pedagógica en zonas rurales del Perú. El caso del proyecto “Maestros y Escuelas que cambian tu vida” en Santa Rosa de Cochabamba, Ayacucho*. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Blanck, E. (2014). *Periodismo para periodistas*. Guatemala.
- Burgos, M. E. (2018). *Análisis de la evolución de contenidos científicos en la creación de audiovisuales. Un guión para aprender a enseñar por proyectos a futuros docentes*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Calle, M. F., & Díaz, D. I. (2018). *Análisis del contenido de la página de facebook como herramienta del marketing digital en Gerens Hotel, 2018*. (Tesis de Pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Castillo, A. R. (2016). *Los aportes de las formas narrativas y un nuevo lenguaje audiovisual en los programas de gastronomía en la televisión peruana (2011 – 2013)*. (Tesis de Pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Checa, C. d. (2018). *Estado de la tecnología audiovisual en las productoras de la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de Pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Comisión Nacional para la protección de los sujetos humanos de investigación Biomédica y de Comportamiento. (2003). *Informe de Belmont. Principios éticos y pautas para la protección de los seres humanos en la investigación*. Bioetica web: Estados Unidos.

- De Lorenzo, M. (2014). *Comunicación estratégica vs. Estrategia de comunicación*. Madrid, España.
- Del Pino Silva, J. (2017). *Estrategias de comunicación aplicadas a la promoción de productos audiovisuales. El caso de Netflix en Twitter*. (Tesis de Maestría). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Enrique, A., Madroñero, G., Morales, F., & Soler, P. (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ezquerro, Á., & Rodríguez, F. (2013). *Aprender a enseñar ciencias a maestros en formación a través del uso del vídeo*. Madrid.
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación.
- Francés, M., & Gavalda, J. (2010). *La calidad de los contenidos audiovisuales en la multidifusión digital*. Barcelona: UOC.
- Galán, K. B. (2016). *Análisis de presentaciones audiovisuales desarrolladas en proyectos de vinculación con la comunidad por los estudiantes de 5to semestre y 4to nivel de la carrera de comunicación social de la Universidad de Guayaquil, 2016*. (Tesis de Pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- García, D. R. (2017). *Propuesta de modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico para fortalecer la producción audiovisual de los estudiantes de ciencias de la comunicación, Trujillo - 2017*. (Tesis de Pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú.
- Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica*. Barcelona: Gestión 2000.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de Investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Jaramillo, J. D. (2017). *Estrategias de comunicación audiovisual para la proyección de la gobernanza de la alcaldía de Itagüí en el periodo 2017-2020*. (Tesis de Pregrado). Corporación Universitaria Lasallista, Antioquia, Colombia.

- Jordán, D. (2016). Club de Periodismo, modelo de práctica educativa para fortalecer la escritura periodística. *INNOVA Research Journal*, 13.
- Ministerio de Educación. (2016). *Curriculo Nacional de la Educación Básica*. Lima, Perú.
- Moreno, L. Á. (2009). Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. *Culcyt /Comunicación*, 15.
- Porter, M. (2009). *Estrategia Competitiva*. Pirámide.
- Román, Y. (2016). *Análisis de las estrategias de comunicación de las startups españolas. estudio de casos*. (Tesis Doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Sabés, F., & Verón, J. (2009). *La eficacia de lo sencillo. Introducción a la práctica del periodismo*. Sevilla: Comunicación Social S.C.
- Soriano, M. I. (2018). *Estrategias de comunicación en marketing utilizando las redes sociales para el posicionamiento de marca del restaurante entre aromas y sabores en la ciudad de Chiclayo, 2016*. (Tesis de Pregrado). Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (2000). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós Iberica.
- Thornton, R., & Cimadevilla, G. (2008). *Grises de la extensión, la comunicación y el desarrollo*. Argentina: INTA- UNRC.
- Torres, J., Predraza, J., & Viuche, S. (2009). *Pre-producción, producción y post-producción de audio-video para un filminuto*. Bogotá.
- Vargas, D. N. (2017). *El periodismo escolar como estrategia creativa en la era digital y su impacto en el aprendizaje*. Venezuela .
- Villacis, L. (2018). *La producción audiovisual y los contenidos de la parrilla de programación de Elite canal 45 de la ciudad de Latacunga*. Ambato, Ecuador.
- Wilcox, D., Ault, P., & Agee, W. (2010). *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*. Madrid : Madrid Pearson.

**ANEXOS**

**Anexo 1: Constancia de autorización de permiso del colegio nacional San José – Chiclayo**

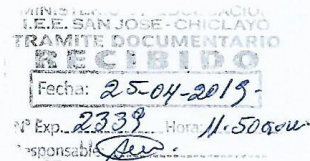
Chiclayo, 24 de abril del 2019

**SOLICITO: Permiso para realizar trabajo de investigación**

**SR:**

**Edgar Daniel Alarcón Díaz**

**Director del Colegio Nacional "San José"**



Yo **Guerrero Baca Jean Pear**, identificado con DNI N° 46791776, con domicilio Av. Francisco Bolognesi N° 240 - Chiclayo. Ante Ud. Respetuosamente me presento y expongo:

Que habiendo culminado la carrera profesional de **CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN** en la Universidad Señor de Sipán (USS), solicito a Ud. Permiso para realizar trabajo de investigación en su Institución sobre **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO 2019"** para optar el grado de Lic. en Ciencias de la Comunicación.

**Por lo expuesto:**

Ruego a usted acceder a mi solicitud.

**GUERRERO BACA JEAN PEAR**

DNI N° 46791776



# Institución Educativa Emblemática Colegio Nacional de San José

Creado mediante D. S. N° 118 de 1826  
24 de Setiembre de 1859 - Inicio de actividades educativas

"Año de la Lucha Contra la Corrupción y la Impunidad"

El que Suscribe, Director de la Institución Educativa "San José" de la Ciudad de Chiclayo;

## AUTORIZA

\*\*\*\*\*

Al joven GUERRERO BACA JEAN PEAR, estudiante del X Ciclo de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad SEÑOR DE SIPÁN para que realice su trabajo de investigación en nuestra Institución Educativa, sobre "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ DE CHICLAYO 2019"

Se expide el presente a fin de que se le brinde las facilidades que el caso requiere y demás fines que considere pertinente.

Chiclayo, abril 29 del 2019



  
Edgar Daniel Alarcón Díaz  
DIRECTOR

DAD/Direct.  
jce/Secret

*San José Ayer, Hoy y Siempre*



## Anexo 2: Constancias de validación de instrumentos

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el docente de audiovisuales de la UCV Trujillo y USS Chiclayo, Mg. Lino Christian Ojeda Díaz, deja constancia de haber revisado los instrumentos, entrevista, cuestionario y guía de observación, que el investigador Jean Pear Guerrero Baca aplicará para su trabajo de tesis **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO 2019."**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Lino Christian Ojeda Díaz, garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Chiclayo 23 de abril de 2019

  
Firma  
DNI: 4133 0113



## CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Mediante la presente, el Dtc UCV Trujillo y Jefe de Laboratorios, Mg. Francisco Javier Barquero Cornelio, deja constancia de haber revisado los instrumentos, entrevista, cuestionario y guía de observación, que el investigador Jean Pear Guerrero Baca aplicará para su trabajo de tesis **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO 2019."**

Dichos instrumentos demuestran con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Francisco Javier Barquero Cornelio, garantiza la validez de dichos instrumentos presentados por el referido investigador.

Chiclayo 23 de abril de 2019

  
\_\_\_\_\_  
Firma  
DNI: 40379695

### Anexo 3: Instrumentos

#### CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS INTEGRANTES DEL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ - CHICLAYO

##### OBJETIVO:

El presente cuestionario se realiza con la finalidad de identificar las competencias de los integrantes del club de periodismo para la realización de contenidos audiovisuales de calidad.

##### INSTRUCCIONES:

A continuación, marque con una X la alternativa que considera apropiada, a su vez, se pide tenga la habilidad de responder con total sinceridad.

SEXO: F  M  EDAD: \_\_\_\_\_

1. ¿Consideras que la actividad periodística que desarrollas en el club forma parte de tu vocación profesional de periodista?  
a. Si                      b. Puede ser                      c. Tal vez                      d. No en su totalidad                      e. No
2. ¿Con qué frecuencia has redactado una nota periodística para el club?  
a. Siempre                      b. Frecuentemente                      c. A veces                      d. Casi nunca                      e. Nunca
3. ¿Consideras que tu competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales?  
a. Si                      b. Puede ser                      c. Tal vez                      d. No en su totalidad                      e. No
4. ¿Tus docentes del área de comunicación te apoyan para mejorar tu redacción y ortografía?  
a. Siempre                      b. Frecuentemente                      c. A veces                      d. Casi nunca                      e. Nunca
5. ¿El club de periodismo te ha brindado alguna capacitación sobre redacción periodística?  
a. Siempre                      b. Frecuentemente                      c. A veces                      d. Casi nunca                      e. Nunca
6. ¿Con qué frecuencia lees notas, artículos, revistas, libros u otros?  
a. Diario                      b. Inter-diario                      c. Semanal                      d. Quincenal                      e. Mensual
7. ¿Tu competencia de interpretación ha mejorado como integrante del club de periodismo?  
a. Si                      b. Puede ser                      c. Tal vez                      d. No en su totalidad                      e. No
8. ¿Estudias o has llevado algún taller de fotografía?  
a. Si                      b. Si, en curso                      c. No                      d. No en su totalidad

9. ¿Qué tipos de planos identificas para la realización de contenidos audiovisuales?
- a. Primer Plano   b. Plano General   c. Plano Medio   d. Plano Entero   e. Plano Americano
10. ¿Tienes dominio de la cámara durante una grabación?
- a. Si                      b. Puede ser                      c. Tal vez                      d. No en su totalidad                      e. No
11. ¿Sabes identificar la estructura de una nota periodística?
- a. Si                      b. Puede ser                      c. Tal vez                      d. No en su totalidad                      e. No
12. ¿Qué géneros periodísticos quisiera aprender más?
- a. Notainformativa   b. Columnas de opinión   c. Reportajes                      d. Entrevistas                      e. Crónicas

¡Gracias por su colaboración!

## GUÍA DE OBSERVACIÓN AL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ – CHICLAYO

Fecha de observación: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

Área observada: \_\_\_\_\_

### OBJETIVO:

Identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

### INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa (X) correspondiente al aspecto que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

<b>1</b>	DEFICIENTE : No evidencia, no presenta, no tiene o no realiza
<b>2</b>	ACEPTABLE: Tiene pero no logra su propósito
<b>3</b>	BUENO: Cumple en su totalidad con el propósito

INDICADORES	VALIDACIÓN			OBSERVACIONES
	1	2	3	
Se cuenta con los recursos técnicos necesarios para la realización de contenidos audiovisuales.				
El guion se elabora de manera clara y concisa utilizando una correcta redacción y ortografía.				
Se lleva una estructura secuencial al momento de escribir el guion según su temática.				
El equipo de realización tiene bien definidas sus funciones.				
Se delimitan bien los encuadres para cada plano.				
Los planos en las fotografías tienen las proporciones adecuadas para mantener la estética de la imagen.				
Se utiliza correctamente los diferentes tipos de planos (PP, PG, PE) según el contexto a grabar.				
Se cumplen los tiempos programados para cada plano según el plan de rodaje establecido.				
En la edición final la narración sonora va acorde al ritmo y orden de los planos.				

## **GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA A ESPECIALISTAS EN CONTENIDOS AUDIOVISUALES**

**NOMBRE:** \_\_\_\_\_

**EMPRESA:** \_\_\_\_\_ **CARGO:** \_\_\_\_\_

### **OBJETIVO:**

La presente guía de entrevista tiene por finalidad recabar información relacionada a la estrategia de comunicación para mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales en un club de periodismo escolar.

1. ¿Qué aspectos importantes se deben tener en cuenta en una estrategia de comunicación que permita mejorar la calidad de los contenidos audiovisuales?
2. ¿Qué género periodístico recomienda que se debe tener en cuenta en el trabajo de contenidos audiovisuales en un club de periodismo escolar?
3. ¿Considera que todo buen contenido audiovisual parte de una buena redacción?
4. ¿Qué características cree Ud. que debe presentar un contenido audiovisual de calidad?
5. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para elaborar un contenido audiovisual de calidad?
6. ¿Qué secuencia se debería seguir en el proceso de preproducción de un contenido audiovisual de calidad?
7. ¿Cuál es la estructura que se debería tomar en cuenta al escribir un guion para un contenido audiovisual de calidad?
8. ¿Conoce Ud. de algún club de periodismo escolar en la ciudad de Chiclayo que desarrolle contenidos audiovisuales? ¿Considera que son de calidad?
9. ¿Considera importante que toda institución educativa debe tener un club de periodismo? ¿Por qué?

## Anexo 4: Instrumento cuestionario y guía de observación aplicados

### CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS INTEGRANTES DEL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ - CHICLAYO

#### OBJETIVO:

El presente cuestionario se realiza con la finalidad de identificar las competencias de los integrantes del club de periodismo para la realización de contenidos audiovisuales de calidad.

#### INSTRUCCIONES:

A continuación, marque con un aspa (X) la alternativa que considera apropiada, a su vez, se pide tenga la amabilidad de responder con total sinceridad.

SEXO: F  M

EDAD: 14

- ¿Consideras que la actividad periodística que desarrollas en el club forma parte de tu vocación profesional de periodista?  
 Si      b. Puede ser      c. Tal vez      d. No en su totalidad      e. No
- ¿Con que frecuencia has redactado una nota periodística para el club?  
a. Siempre      b. Frecuentemente      c. A veces       Casi nunca      e. Nunca
- ¿Consideras que tu competencia de redacción es básica para la elaboración de contenidos audiovisuales?  
 Si      b. Puede ser      c. Tal vez      d. No en su totalidad      e. No
- ¿Tus docentes del área de comunicación te apoyan para mejorar tu redacción y ortografía?  
a. Siempre      b. Frecuentemente       A veces      d. Casi nunca      e. Nunca
- ¿El club de periodismo te ha brindado alguna capacitación sobre redacción periodística?  
a. Siempre      b. Frecuentemente      c. A veces       Casi nunca      e. Nunca
- ¿Con qué frecuencia lees notas, artículos, revistas, libros u otros?  
a. Diario       Inter-diario      c. Semanal      d. Quincenal      e. Mensual
- ¿Tu competencia de interpretación ha mejorado como integrante del club de periodismo?  
 Si      b. Puede ser      c. Tal vez      d. No en su totalidad      e. No
- ¿Estudias o has llevado algún taller de fotografía?  
a. Si      b. Si, en curso       No      d. No en su totalidad
- ¿Qué tipos de planos identificas para la realización de contenidos audiovisuales?  
a. Primer Plano       Plano General      c. Plano Medio      d. Plano Entero      e. Plano Americano
- ¿Tienes dominio de la cámara de video durante una grabación?  
a. Si      b. Puede ser       Tal vez      d. No en su totalidad      e. No
- ¿Sabes identificar la estructura de una nota periodística?  
a. Si      b. Puede ser      c. Tal vez       No en su totalidad      e. No
- ¿Qué géneros periodísticos quisieras aprender más?  
 Nota informativa      b. Columnas de opinión      c. Reportajes      d. Entrevistas      e. Crónicas

¡Gracias por su colaboración!



**GUÍA DE OBSERVACIÓN AL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO  
NACIONAL SAN JOSÉ – CHICLAYO**

Fecha de observación: 25/04/2019

Área observada: Página de Facebook

**OBJETIVO:**

Identificar los contenidos audiovisuales que realiza el club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo 2019.

**INSTRUCCIONES:**

Coloque en cada casilla un aspa (X) correspondiente al aspecto que le parece que cumple cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

1	DEFICIENTE : No evidencia, no presenta, no tiene o no realiza
2	ACEPTABLE: Tiene pero no logra su propósito
3	BUENO: Cumple en su totalidad con el propósito

INDICADORES	VALIDACIÓN			OBSERVACIONES
	1	2	3	
Se cuenta con los recursos técnicos necesarios para la realización de contenidos audiovisuales.		X		Equipos prestados.
El guion se elabora de manera clara y concisa utilizando una correcta redacción y ortografía.	X			No se elabora un guión previo
Se lleva una estructura secuencial al momento de escribir el guion según su temática.	X			No tienen estructura definida
El equipo de realización tiene bien definidas sus funciones.		X		No están bien organizados.
Se delimitan bien los encuadres para cada plano.	X			No cuentan con dominio.
Los planos en las fotografías tienen las proporciones adecuadas para mantener la estética de la imagen.		X		No tiene la adecuada composición.
Se utiliza correctamente los diferentes tipos de planos (PP, PG, PE) según el contexto a grabar.		X		No son utilizados correctamente
Se cumplen los tiempos programados para cada plano según el plan de rodaje establecido.	X			No presenta un previo plan de rodaje
En la edición final la narración sonora va acorde al ritmo y orden de los planos.	X			No presenta musicalización.

**Anexo 5: Aplicación del instrumento cuestionario a los integrantes del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo**










**Anexo 6: Videos analizados del club de periodismo del colegio nacional San José, Chiclayo**

NOMBRE	FECHA DE PUBLICACIÓN	VIDEO ANALIZADO
Flash Electoral a boca de urna	30/11/2018	
Entrevista al sacerdote y ex alumno San Josefino de la promoción 1987 Fr. Jorge Cajó Rodríguez	14/10/2018	
Reinado San Josefino	6/10/2018	

<p>Domingo Cívico San Josefino</p>	<p>30/09/2018</p>	
<p>Entrevista al Coordinador de T.O.E.C.E. y Docente de Matemática - Luis López Segura</p>	<p>22/09/2018</p>	
<p>Entrevista a ex alumno Jeraldo Maza</p>	<p>22/09/2018</p>	

<p>Entrevista a ex alumno Israel Gómez Vílchez actual jefe de marketing en Hyundai</p>	<p>22/09/2018</p>	 <p>CLUB DE PERIODISMO</p>
<p>Club de patinaje</p>	<p>15/09/2018</p>	 <p>CLUB DE PATINAJE "Los tigres de San José"</p>
<p>Entrevista a Luis Flores Morillas actual profesor del colegio San José</p>	<p>07/07/2018</p>	 <p>PROFESOR LUIS FLORES MORILLAS ASESOR DEL CLUB</p> <p>PRENSA Sanjosefina</p>
<p>Video promocional del club de periodismo</p>	<p>29/06/2018</p>	 <p>PRENSA Sanjosefina</p> <p>Son el Club de Periodismo</p>



## Anexo 7: Entrevista a los expertos



Entrevista a Lic. Ivan Alexander Bravo Silva



Entrevista a Lic. Giancarlo Paredes Garboza



Entrevista a Lic. Manuel Eyzaguirre Bravo

## Anexo 8: Validación de la Propuesta

### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DE PROPUESTA

Mediante la presente, el docente de producción televisiva en la Universidad Señor de Sipan, Mg. Faustino Pisfil Llontop, deja constancia de haber revisado la propuesta, que el investigador Jean Pear Guerrero Baca aplicará para su trabajo de tesis **"ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN EL CLUB DE PERIODISMO DEL COLEGIO NACIONAL SAN JOSÉ, CHICLAYO 2019."**

Dicha propuesta demuestra con claridad el cumplimiento de los objetivos propuestos por el investigador.

En tal sentido, el Mg. Faustino Pisfil Llontop, garantiza la validez de dicha propuesta presentada por el referido investigador.

Chiclayo 12 de junio de 2019



Firma

DNI: 16632754