



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CREACIÓN DE PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA
ALFABETIDAD PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

JAEN ORTEGA MARLON FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CREACIÓN DE PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA
ALFABETIDAD PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

JAEN ORTEGA MARLON FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2020



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

CREACIÓN DE PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA ALFABETIDAD
PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

JAEN ORTEGA MARLON FABRICIO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

QUEZADA TELLO LADDY LISET

MACHALA, 05 DE MAYO DE 2020

MACHALA
2020

Titulación

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 10%

Excluir bibliografía

Activo

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, JAEN ORTEGA MARLON FABRICIO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado CREACIÓN DE PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA ALFABETIDAD PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 05 de mayo de 2020



JAEN ORTEGA MARLON FABRICIO
0705773620



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA ALFABETIDAD
PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO**

MARLON FABRICIO JAÉN ORTEGA

MACHALA
2019 - 2020

DEDICATORIA

A mi esposa Rocío Alexandra y mi pequeña hija Alison Esther, quienes han logrado comprender que, el sacrificio de todos como familia, es en aras de días mejores.

AGRADECIMIENTO

Quiero dejar constancia de mis agradecimientos en primer lugar a Dios, pues como cristiano he vivido según mi fe y mis principios inspirados en su palabra y sin los cuales no podría haber llegado a hasta donde estoy; a mis padres por su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida; a mis maestros por la confianza depositada en mí, por actuar sin egoísmo al compartir sus conocimientos; también a aquel grupo de amigos que, a lo largo de estos años, a pesar de nuestras diferencias, siempre supimos cómo resolver cada uno de los problemas que nos presentaba la vida universitaria.

A todos, Muchas Gracias.

RESUMEN EJECUTIVO

PRODUCTOS EDUCOMUNICATIVOS PARA ALFABETIDAD PATRIMONIAL EN LA PROVINCIA DE EL ORO

Autor: Marlon Fabricio Jaén Ortega

Tutor: Lcda. Laddy Quezada Tello

Al interior de la provincia de El Oro, la información relacionada a temas de patrimonio cultural es muy escasa, el panorama que rodea al patrimonio cultural ha sido incierto y al no existir el fomento de la cultura, en varias ocasiones las personas han estado en riesgo de olvidar aquellos conocimientos ancestrales que han sido transmitidos de generación en generación; aun así, un sector de la sociedad ha tomado la iniciativa de cuidar aquel legado que han dejado nuestros ancestros, si esto incrementara el individuo puede analizar de manera intuitiva, cuál es la verdadera realidad y el peligro que enfrenta el patrimonio cultural.

Actualmente, la falta de un trabajo que mantenga vivas las tradiciones y conocimientos, permiten a las generaciones actuales saber muy poco o nada del legado de sus padres; la clasificación del patrimonio en dos grandes grupos llega a hacer una piedra de tropiezo para sí mismo, según Fontal (2017) no se le da la atención pertinente al patrimonio intangible ya que estos son los legados de la historia que más riesgo corren de ser olvidados y pueden dejar a la humanidad un espacio que no puede ser llenado tan fácilmente; perjudicando irremediablemente a la cultura humana.

Por tal motivo dentro de esta investigación se propone la creación de producto audiovisuales los cuales pueden en cierto modo crear expectativa con los diferentes públicos, en este caso fue direccionado a un grupo de niños de la ciudad de Santa Rosa, dentro de los cuales verificaron que el correcto uso de este tipo de productos con una buena historia puede enganchar al público deseado y de esta manera hacer que el usuario pueda consumir el contenido en su totalidad.

Dentro de la nueva era, la interacción de los medios con la ciudadanía ha provocado una creciente ola de información, debido a esto la utilización de distintos recursos y productos educomunicativos como los videos y sus géneros, han sido de ayuda para la distribución de los diferentes contenidos ya sean estos de entretenimiento o educomunicativos; por tal motivo se han vuelto una herramienta indispensable dentro de empresas, proyectos o emprendimientos; su fácil manejo y adaptabilidad, permite a quien lo use, dividir de una manera adecuada cada uno de los productos a utilizar y ponerlos dentro de una estructura base y de esta manera segmentar los públicos, su entorno y el área de desempeño de cada uno de estos; en este caso la confrontación de diferentes teorías permitió sacar lo mejor de cada uno de estos productos audiovisuales, lo que permite tratar temas educativos como el patrimonio cultural, entre otros al mismo tiempo aplicar metodologías que involucren al público objetivo y los diferentes medios de comunicación ya sean estos tradicionales o digitales dando como resultado la disminución de la desinformación en cuanto a temas de patrimonio cultural.

A lo largo de esta investigación se ha ido verificando que la correcta aplicación de este recurso, permite el perfecto desempeño de cada uno de los productos utilizados dentro de su entorno demostrando su eficiencia acompañado de una metodología que lo respalde cuando hablamos de temas educativos; la utilización y la aplicación de las diferentes metodologías de la investigación han permitido dar una base sólida para esta investigación convirtiéndola en una investigación-acción lo que permite al portador facilitar la dirección y evitar la dispersión de la idea principal dando como resultado una correcta optimización de los resultados deseados.

PALABRAS CLAVES

Educomunicación, Patrimonios, Producto Educomunicacional, Investigación-Acción, Alfabetidad Patrimonial, Producción Audiovisual.

ABSTRACT

EDUCATIONAL-COMMUNICATIVE PRODUCTS FOR PATRIMONIAL LITERACY IN EL ORO PROVINCE

Autor: Marlon Fabricio Jaén Ortega

Tutor: Lcda. Laddy Quezada Tello

In the interior of the province of El Oro, information related to cultural heritage issues is very scarce, the panorama surrounding cultural heritage has been uncertain and in the absence of cultural promotion, on several occasions people have been at risk of forgetting that ancestral knowledge that has been transmitted from generation to generation; even so, a sector of society has taken the initiative to care for that legacy left by our ancestors, if this were to increase the individual can intuitively analyze what is the true reality and the danger facing cultural heritage.

Currently, the lack of work that keeps alive traditions and knowledge, allow current generations to know little or nothing of the legacy of their parents, the classification of heritage in two major groups comes to make a stumbling block for itself, according to Fontal (2017) does not give relevant attention to intangible heritage as these are the legacies of history that are most likely to be forgotten and can leave humanity a space that can not be filled so easily, irremediably damaging human culture.

For this reason within this investigation we propose the creation of audiovisual products which can in some way create expectations with different audiences, in this case was directed to a group of children in the city of Santa Rosa, within which they verified that the correct use of this type of product with a good story can engage the desired audience and thus make the user can consume the content in its entirety.

Within the new era, the interaction of the media with the citizens has caused a growing wave of information, due to this the use of different resources and educomunicative products such as videos and their genres, have been helpful for the distribution of different contents whether they are entertainment or educomunicative; for this reason they have become an

indispensable tool within companies, projects or enterprises; Its easy handling and adaptability, allows the user to divide in an appropriate way each of the products to be used and put them within a base structure and thus segment the audiences, their environment and the area of performance of each of these; In this case, the confrontation of different theories allowed us to get the best out of each of these audiovisual products, which allows us to deal with educational issues such as cultural heritage, among others, while applying methodologies that involve the target audience and the different media, whether traditional or digital, resulting in a decrease in misinformation regarding cultural heritage issues.

Throughout this investigation it has been verified that the correct application of this resource, allows the perfect performance of each one of the products used within its surroundings demonstrating its efficiency accompanied by a methodology that supports it when we speak of educational subjects; the use and the application of the different methodologies of the investigation have allowed to give a solid base for this investigation turning it into an investigation-action which allows the carrier to facilitate the direction and to avoid the dispersion of the main idea giving like result a correct optimization of the wished results.

KEYWORDS

Education, Heritage, Educommunication Product, Research-Action, Equity Literacy, Audiovisual production.

DEDICATORIA	1
AGRADECIMIENTO	1
RESUMEN EJECUTIVO	2
CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO	12
2.1- Concepción teórica del diagnóstico.	12
2.1.1. Patrimonio Cultural	12
2.1.1.1. Patrimonio tangible e intangible	13
2.1.2. Educomunicación	13
2.1.3. Educación patrimonial	14
2.1.3. El patrimonio cultural dentro de las ciencias sociales	16
2.1.5 Proyecto Orotopía	16
2.2- Descripción del ciclo diagnóstico.	17
2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis.	17
2.4- Cronograma de actividades	19
2.5- Resultados de la diagnosis.	19
2.5.1- Análisis de la entrevista a expertos	20
2.4.3- Observación a proyectos similares	25
CAPÍTULO III	28
PLAN DE ACCIÓN	28
3.1- Identificación de la intervención.	28
3.2- Fundamentación teórica de la intervención.	29
3.2.1- La influencia del producto audiovisual dentro de un plan educomunicacional	29
3.2.2- Categorización de la ciudadanía objetiva	30
3.2.3- Análisis de contenido audiovisual	30
3.3- Objetivos de la intervención.	31
3.3.1- Objetivo general	31

3.3.2- Objetivos específicos	31
3.4- Planes de la intervención.	32
3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención.	37
3.5.1- Análisis de la intervención	37
CAPÍTULO IV	38
RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN	38
4.2- Conclusiones	38
4.3- Recomendaciones	40
Bibliografía	41

ÍNDICE DE TABLAS DE CONTENIDO

Tabla 1 Resultados de Entrevistas.	20
Tabla 2 Focus group.	21
Tabla 3 Tabla comparativa de proyectos relacionados.	23
Tabla 4 Resultados de análisis de contenido audiovisual	25
Tabla 5 Clasificación de los públicos.	27
Tabla 6 Categorización de la ciudadanía.	28
Tabla 7 Desfragmentación de variables audiovisuales.	28
Tabla 8 Segmentación de los públicos para alfabetidad patrimonial	29
Tabla 9 Fases de creación de las microcápsulas.	30
Tabla 10 Guión Técnico.	30
Tabla 11 Características a partir del producto audiovisual	31
Tabla 12 Presupuesto productos digitales.	31
Tabla 13 Presupuesto productos tradicionales.	32
Tabla 14 Coste de creación total de los productos digitales y tradicionales.	32

INTRODUCCIÓN

La comunicación como tal, ha venido evolucionando desde el inicio de los tiempos adaptándose a cada nueva circunstancia que la sociedad le presenta, Torres (2017) comenta que de igual modo cada uno de los procesos que permiten la interacción entre interlocutores y la ciudadanía, ha tenido sus variantes y a cada método utilizado para su demostración se debe actualizar cada cierto tiempo para que el público que tenemos como objetivo comprenda de una manera acertada que es lo que se pretenden enseñar a través de estos.

La utilización de recursos comunicacionales ha permitido que el usuario llegue a un nivel diferente de interacción por tal motivo los nuevos productos de comunicación deben adaptarse y buscar una manera de llegar al usuario o consumidor que de la misma manera no disperse la ideal principal que se planteó dentro del proceso, los productos audiovisuales han permitido estructurar de manera fácil y oportuna una nueva manera de contar historias; por otro lado la metodología de enseñanza – aprendizaje utilizada dentro de la educomunicación permite a la ciudadanía comprender de una manera interactiva el mensaje que quiere enseñar el emisor.

En este caso el patrimonio cultural tangible es uno de los temas que hoy en día está ganando terreno pero se deja de lado al patrimonio cultural intangible y a medida que se vaya dejando en el olvido, poco a poco se irá perdiendo un legado cultural que muy pocas personas conocen, Martínez (2015) dice que , por tal motivo dentro de esta investigación se quiere rescatar aquella herencia que en muchas ocasiones ha pasado de generación en generación utilizando productos educomunicativos y las metodologías de enseñanza – aprendizaje que se utilizan dentro de la educomunicación

El presente trabajo de investigación busca la manera de integrar varios procesos y productos educomunicativos que permitan la interacción del público objetivo con el tema a tratar, siendo en este caso el patrimonio cultural; utilizando diferentes metodologías que vayan acorde al producto que se va a usar para utilizar su desenvolvimiento de una manera rápida y eficaz ante cada una de las situaciones que se presente demostrando así su adaptabilidad al entorno de trabajo.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE ESTUDIO

1.1- **Ámbito del estudio: caracterización.**

A lo largo de la historia humana, el panorama que rodea al patrimonio cultural ha sido muy incierto, ya que en varias ocasiones las personas han estado en riesgo de olvidar aquellos conocimientos ancestrales que han sido transmitidos de generación en generación; a raíz de esto, un sector de la sociedad ha tomado la iniciativa de cuidar aquel legado que han dejado sus ancestros como muestra de interés abnegado hacia su cultura.

La idea que presenta Gonzáles (2018) muestra que, con un simple vistazo, el individuo puede analizar de manera intuitiva, cuál es la verdadera realidad y el peligro que enfrenta el patrimonio cultural en la actualidad por la falta de un trabajo conjunto que mantenga transmisión de las tradiciones y conocimientos a las nuevas generaciones que desconocen muchas características del legado de sus padres; por otro lado Herrera (2016) plantea una idea diferente, presentando a la educación del siglo XXI como una de las principales causantes, que han llevado al deterioro y desinterés sobre temas de patrimonio ya sea este tangible o intangible.

Pero no todo está perdido, de entre toda esta situación aparece la aplicación de la alfabetidad en temas de patrimonio, de esta manera García Valecillo (2015) describe este término como un conjunto de variables que dan a las personas una serie de herramientas lúdico/didáctico que pueden ser utilizadas dentro y fuera de las aulas; de este modo el ser humano como tal, tenga una percepción más atractiva dentro de su cultura.

La clasificación del patrimonio en sus dos grandes grupos: material e inmaterial ha predisposto que en muchas ocasiones se le dé prioridad al conjunto tangible, según (Guixé, 2017) no se le da atención pertinente al patrimonio intangible dejando a estos legados de la historia en mayor riesgo de ser olvidados, y pueden dejar a la humanidad un espacio que no pueda ser llenado tan fácilmente; haciendo un daño irremediable en la cultura humana, deteriorando la memoria que el individuo ha recolectado durante varias generaciones a causa

de esta pérdida del patrimonio tal como sucede incluso en los lenguajes de las pequeñas tribus que van desapareciendo junto a todo su legado.

Desde el año 2015 el proyecto Orotopía ha sido uno de los instrumentos que ha podido salvaguardar el patrimonio cultural inmaterial y material de la provincia de El Oro, bajo su eje rector Rostros, Magia y Encanto ha permitido crear recursos periodísticos y audiovisuales, utilizando las redes sociales como medio oportuno y directo para llegar a la ciudadanía orense, gracias a una idea que nace en las aulas de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Machala.

Este proyecto a lo largo de los años a tenido un nivel de aceptación muy favorable ya que cada producto publicado en sus redes ha tenido un alcance de alrededor de mil quinientas personas, lo que ha permitido crear una conciencia hacia estos monumentos, cuentos, leyendas, músicas, medicinas ancestrales y personas que han hecho historia dentro de una población en donde el interés por su cultura es bajo, creando así una ciudadanía social que vela por un legado que estaba a punto de quedar en el olvido, hoy en día este proyecto se encuentra ejecutando su segunda fase la cual permitirá que sociedad pase de ser consumidores a prosumidores.

1.1.1- Planteamiento del problema.

Cuando se busca información acerca del patrimonio se puede encontrar un sin número de respuestas y definiciones que dan un concepto muy amplio acerca de este término, pero no aclaran muy bien aquellas dudas que las personas tiene acerca del patrimonio. Uno de los problemas que conlleva este tipo de acciones es, que las nuevas generaciones no se vean tan interesadas en estos temas que giran alrededor del patrimonio cultural sea este tangible o intangible, ya que no se están aplicando estrategias educomunicativas para la alfabetidad patrimonial de una manera correcta dentro de la provincia.

Por tal motivo, los productos educomunicativos son herramientas de fácil manejo y acceso que cualquier individuo puede realizar, tomando en cuenta el tema que será aplicado dentro este, además de tener una adaptación a cualquier problema que pueda presentarse a futuro (Martínez, 2015); estos permiten realizar una planificación y una organización dando una pauta con la que se proyectan diversas actividades requeridas, para alcanzar una meta

establecida dentro de un tiempo determinado. Ante esta causa se plantea el siguiente problema central:

¿Cómo se puede desarrollar un producto educomunicacional como aporte a la alfabetidad en temas de patrimonio dirigido a menores de edad de la provincia de El Oro?

1.1.2- Localización del problema objeto de estudio.

La creación de un producto educomunicativo como estrategia para la difusión de contenidos tiene como propósito la alfabetidad en temas de patrimonio cultural dentro de la provincia de El Oro, en las ciudades: Santa Rosa, Pasaje y Machala las cuales conforman parte del territorio intervenido por Orotopía. Siendo este un proyecto de vinculación con la comunidad que nació de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Machala; Como objeto y línea base del presente estudio se toma el proyecto anteriormente referido; esta sistematización de experiencias va encaminada a la generación de productos educomunicativos audiovisuales que permitan la difusión de contenidos en diversas plataformas comunicacionales y espacios educativos con los que se espera alcanzar, resultados óptimos en cuanto al tema de alfabetidad patrimonial.

1.1.3- Problemas complementarios

- ¿Cómo Diagnosticar los métodos y técnicas que se utilizarán en la alfabetidad patrimonial?
- ¿Qué productos educomunicativos permiten la difusión de contenidos?
- ¿Cuáles son los aspectos más relevantes que deben tener los productos educomunicacionales para la alfabetidad patrimonial?
- ¿Cómo generar productos que potencialice la alfabetidad patrimonial en el territorio de intervención de “Orotopía” dentro de la provincia de El Oro?

1.2.- Hechos de interés

Este proceso investigativo busca obtener resultados de análisis, basado en los productos audiovisuales educomunicativos los cuales permiten potencializar los programas de alfabetidad patrimonial dentro de la ciudad de Santa Rosa, territorio intervenido por el proyecto de vinculación Orotopía además de determinar cuáles son los contenidos más

apropiados para el público objetivo y así poder realizar su difusión a través de las diferentes plataformas educucomunicativas dentro de la provincia de El Oro.

1.2.1- Población

Realización un pilotaje con menores de edad, entre cuatro y doce años del club social de aventureros Berquer pertenecientes al casco urbano del cantón Santa Rosa, provincia de El Oro, lo cual determinará la temporalidad del proyecto posibles viabilidades de la propuesta para su ejecución y puesta en marcha.

1.2.2- Enfoque de la investigación.

La metodología de esta investigación tiene un enfoque netamente cualitativo, debido a que los instrumentos que se aplican son: entrevistas a expertos, Focus Group, observación documental a programas de alfabetidad infantil en desarrollo por otros proyectos dedicados a temas similares y análisis de contenido a productos audiovisuales en la plataforma YouTube.

1.2.3- Nivel o alcance de la investigación.

Esta investigación tiene un alcance descriptivo, ya que buscamos describir, ordenar y detallar el proceso de generación de la propuesta para producto educucomunicativo basado en el tema del patrimonio.

1.3-Objetivos de la investigación.

1.3.1- Objetivo general

Generar una propuesta educucomunicativa que aporte a los procesos de alfabetidad patrimonial orense del proyecto Orotopía.

1.3.2- Objetivos específicos

- Identificar el producto educucomunicativo que se adapta a las necesidades de alfabetización del proyecto Orotopía.
- Definir los contenidos que se incluirán en el producto educucomunicativo a partir de la información base de Orotopía.

- Elaborar un producto educomunicativo que aporte al proceso de alfabetidad patrimonial orense entre menores de edad de los cantones Machala, Pasaje y Santa Rosa.
- Analizar el nivel de impacto que tiene el producto educomunicativo dentro del grupo objetivo de investigación.

CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1- Concepción teórica del diagnóstico.

2.1.1. Patrimonio Cultural

Cuando se menciona el patrimonio, debemos tener en cuenta varias ideas básicas, los cuales dan una perspectiva más amplia con lo que se tiene en la actualidad, por consiguiente se dividirán estos conceptos en dos grandes grupos; como es el patrimonio intangible que encierra todo lo relacionado con leyendas, historias, ideologías, etc. (lo que no se ve) y patrimonio tangible englobando lo que son: monumentos, conjuntos y lugares (lo que se ve y toca).

Pero antes, se iniciará por el concepto principal que se lo analiza a manera de pregunta; ¿Qué es el patrimonio cultural? Y según Careaga (2015) lo define como un “tributo al período histórico {...}, por tanto, cada sociedad decide de acuerdo a su tiempo y circunstancias cuáles son los bienes tanto materiales como inmateriales a ser rescatados del olvido y a ser integrados en la memoria colectiva”.

De una u otra manera el término acoge en su seno un sin número de significados partiendo desde que Cepeda Ortega (2018) los divide en diferentes sectores que la personas los van adquiriendo dentro de las etapas de vida humana como son: la memoria, identidad, historia, valor, legado, uso y tradición, entre otros. Que incluso se la puede definir en una frase; “todo aquello que pasa de padres a hijos”. De manera muy similar los valores que se le ha dado al patrimonio según Giacomasso (2014) presenta una idea diferente que es aceptada por varios:

“El patrimonio se ligó a rígidos e inamovibles conceptos que se alejaron de un entendimiento del mismo como construcción social dinámica y compleja, sujeta a múltiples percepciones e interpretaciones, según las diversas culturas y sus actores (...) en rasgos generales, esas nociones tradicionales asociaron al patrimonio con la historia, las ruinas arqueológicas, los templos, los monumentos y, dentro de esa perspectiva, la investigación y acercamiento al tema se producía, principalmente, desde el conservacionismo. (p.227)”

2.1.1.1. Patrimonio tangible e intangible

La utilización del patrimonio intangible como una contraparte del patrimonio tangible puede ser beneficioso ya que este demuestra que la humanidad no necesita bienes materiales para ser recordados ni apreciados por la sociedad, pero en ciertas ocasiones según Dantas (2015) la utilización de esta dos puede traer complicaciones y repercusiones dentro de las prácticas y creencias en diferentes comunidades locales ya que estos prefieren dejar como herencia los conocimientos ancestrales que han sobrevivido al paso del tiempo mientras que las nuevas generaciones se enfocan en otro tipo de legado. La dimensión que abarca el patrimonio intangible, en cierto modo dan pautas para la reflexión sobre los conceptos culturales que cada persona puede llegar a tener Gil Quintana (2015) da la idea que las nuevas generaciones ayudan a rescatar nuestra herencia colectiva gracias a la educación patrimonial lo que permite que se haga conciencia y se pueda rescatar lo poco que aún nos queda, utilizando las redes sociales dando en cierto modo un impacto sea este positivo o negativo.

2.1.2. Educomunicación

Aguaded Gómez, J.I., Caldeiro Pedreira, M.C. (2017) La ingente cantidad de medios y pantallas que existen en la actualidad conlleva la necesidad de sujetos multitasking que realizan diversas actividades de forma simultánea. Estos deben ser capaces de comprender y decodificar adecuadamente los mensajes, un objetivo que alcanzan a través del aprendizaje que les permite desarrollar la conciencia crítica y convertirse en productores autónomos de contenidos (Aguaded, Caldeiro y Rodríguez, 2015). Para ello se requiere de un proceso de alfabetización entendida según recoge la UNESCO en su web, como “un derecho humano fundamental y constituye la base del aprendizaje a lo largo de toda la vida”. Pág. 5

Uno de los objetivos principales es el de evitar que la sociedad de la información se convierta, como afirman Brey, Campàs y Mayos (2009), en una «sociedad de la ignorancia». Y es que, según estos autores, ante la ingente cantidad de información a la que se está permanentemente sometidos surge «una actitud de renuncia al conocimiento por desmotivación, por rendición, y una tendencia a aceptar de forma tácita la comodidad que nos proporcionan las visiones tópicas prefabricadas. Torres (2017) Pág. 25

Por otra parte, Alberto Pérez (2010) argumenta que la educomunicación debe ser vista como una estrategia:

1. Ha habido una convergencia de tres componentes: educación, comunicación y estrategia hacia el nuevo paradigma de la complejidad
2. Los tres han asumido una misma concepción del sujeto: el humano relacional
3. Nunca como ahora el ser humano han estado tan intermediados y por ello nunca como ahora se requiere de la educomunicación
4. Nunca como hasta ahora la estrategia ha sido un factor tan necesario de la educomunicación.

Pág. 63

Si bien vivimos en una sociedad global, los educadores se enfrentan a numerosos desafíos a la hora de hallar formas significativas de conectar a los alumnos con gente de otras culturas. Tuzel, S. & Hobbs, R. (2017).

2.1.3. Educación patrimonial

La educación patrimonial según Maldonado Esteras (2017) es uno de los temas que muchos investigadores a nivel mundial utilizan para la enseñanza y alfabetidad, tocando temas relevantes como la preservación y su importancia, además de presentar el legado que estos dejan para una sociedad futura, además Mariano (2017) expresa que se puede exteriorizar modelos y técnicas que de una u otra manera podrán guiar las acciones de la sociedad hacia un futuro donde la cultura esté más relacionada con nuestras raíces, podemos decir que dentro de cada individuo hay vestigios de esa cultura que necesitan ser rescatados para que la sociedad no pierda un bien tanpreciado.

Dentro de la educación patrimonial Calbó, Juanola y Vallés (2011) citado en Fontal Merillas, Olaia (2016) “sobre, a través de y para” son preposiciones que comprenden de manera inmersa diversos tipos de educación patrimonial tanto de manera física como intelectual,

dando el empuje necesario al prosumidor para que de esta manera pueda sentir un sentimiento de satisfacción a nivel personal y social.

El patrimonio cultural, a nivel mundial en la actualidad está tomando presencia, y siendo parte activa de cada una de las personas ya sea este tangible o intangible; se propone la creación de un plan educomunicativo que hará que el patrimonio cultural en sus dos fases forme parte de en la sociedad orense. Si hablarían del individuo como tal dentro de la educación patrimonial Andrade (2016) presenta la idea, que es la persona como tal quien a través del paso del tiempo le da valor a los bienes y es este mismo que los categoriza como patrimonio y los pasa, de generación en generación a los nuevos individuos que se ven interesados en este, además de presentarles nuevos conocimientos de estos bienes para que sean preservados a través del tiempo.

Podría decirse que dentro de cada uno de los enfoques que encierra el patrimonio como tal se lo puede abordar desde distintas áreas, empezando desde la educación, pasando por la comunicación hasta terminar en el turismo Acero (2018), incluso abriendo nuevas puertas hacia una nueva era en la educación patrimonial. Según Fontal (2016):

“Esto abre las puertas al patrimonio contemporáneo y supera la visión historicista del paso y paso del tiempo, en favor del potencial de identificación y de definición de un contexto social, político, geográfico y cultural. Todas estas visiones suponen una valoración y conceptualización del patrimonio desde la educación e incorporan características del patrimonio cultural considerado potencialmente más próximo a las personas. (p. 416)”

El patrimonio cultural por sí mismo no tiene validez ni deja de tenerlo ya que la humanidad es quien da el valor que se merece, gracias a los conocimientos que ha obtenido el hombre dentro de la historia humana, enriqueciendo el avance del individuo en los siguientes aspectos: sensorial, perceptiva, corporal, espacial, emocional, expresiva y comunicativa, activa, comprensiva, estética, cognitiva, crítica, ambiental, multicultural, ética e inclusiva.

2.1.3. El patrimonio cultural dentro de las ciencias sociales

Dentro de las instituciones educativas a lo largo de la historia, básicamente se centraba en la presentación de la historia como una herencia cultural nacional además de ser memorizada y aceptada sin dejar lugar a la imaginación de las personas. Según Pinto & Molina Puche, (2015, pág. 105) comentan lo siguiente.

“Para que esto se haga sistemáticamente es necesario promover la educación patrimonial a un nivel fundamentado: proporcionar recursos y actividades desafiantes, utilizar fuentes patrimoniales destinadas a contribuir al desarrollo de la comprensión de los conceptos históricos por los alumnos y la interpretación de los productos culturales, sociales y económicos de los diversos grupos en sus comunidades.”

Hay una estrecha relación entre este tipo de contenido, y la educomunicación ya que a través de esta se pueden alfabetizar a la sociedad, utilizando métodos alternativos que brinda este tipo de enseñanza-aprendizaje empleando nuevos métodos didácticos de retroalimentación. Tomando en cuenta los valores principales que definen al patrimonio pueden decir que al momento que aplicamos la alfabetidad dentro de las ciencias sociales en el campo de la cultura (Zúñiga Bravo, 2014). no obstante, cuando se habla de estos tópicos la sociedad pretende disimular la tolerancia que hay hacia estos Pardo (2019) dando cabida a preguntas como estas ¿Cómo podemos aplicar la alfabetidad patrimonial de una manera correcta? Y ¿De qué manera se verá reflejada está en la sociedad?

2.1.5 Proyecto Orotopía

Orotopía es un proyecto interactivo que permite rescatar a través de este al patrimonio cultural en todos sus aspectos, mediante productos educomunicativos, el concepto de proteger los bienes materiales e inmateriales nace como una idea en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), como parte de las actividades establecidas por el Consejo de Educación Superior (CES), este programa permite incluir a estudiantes dentro del parámetro de vinculación con la sociedad según lo manifiesta su gestor Gabriel Iñiguez (2019) como una propuesta de estudiantes para los estudiantes con

base en la necesidad de trabajar contenidos interculturales locales. Durante el ejercicio de las propuestas se desarrollan diversos tipos de productos que cubren la parte periodística, a esto se suma la gestión de soportes a nivel educomunicativo que se trabajan de manera conjunta con la carrera de Educación Inicial y Parvularia quedando algunos públicos por cubrir dentro de su territorio de intervención.

Desde el 2015 este proyecto, dentro de su primera fase se han creado más de 100 productos entre periodísticos, audiovisuales, imágenes, teatros, libros, y sonidos, los mismos que fueron colgados en las diferentes plataformas digitales como: Facebook, Youtube e Instagram, cada producto creado se lo puede encontrar dentro de estas, bajo el nombre principal del proyecto Orotopía los mismo que fueron realizados de manera conjunta por estudiantes, docentes y gestores. Gracias a la utilización de los medios digitales el proyecto Orotopía pudo alcanzar a más de mil quinientas personas dentro de su primera fase, pudiendo rescatar del olvido y crear conciencia de aquel patrimonio oreense que poco o nada se lo tomaba en cuenta; hoy en día este proyecto está entrado en su segunda fase la cual denominan “Alfabetidad Patrimonial” lo que permite crear productos educomunicativos, a raíz de esto se puede presentar a la ciudadanía oreense nuevas maneras de educar o alfabetizar en cuanto a temas patrimoniales.

2.2- Descripción del ciclo diagnóstico.

Dentro de los métodos y técnicas que se utilizan en esta investigación se toma en cuenta de manera principal el focus group y entrevistas en profundidad ya que estos, dentro de sus procesos busca de manera apropiada, centralizar las opiniones del grupo objetivo a quien se les aplicó estas técnicas, mientras que el análisis de contenido permite visibilizar aspectos técnicos dentro de los productos comunicacionales y educomunicativos como, la temporalidad, tipo de producción, etc. además visualiza que tipos de contenidos son los más utilizados dentro de los productos analizados.

El proceso investigativo según Reyes, Piovani., & Potaschner (2019) es sistemático, metodológico, ordenado y objetivo, de esta manera se puede alcanzar las metas planteadas y encontrar la solución más apropiada a los problemas que se pueden hallar a partir de una realidad social; ante esta situación se aplican las técnicas de investigación antes mencionadas y su utilidad dentro de esta investigación se detallarán a continuación.

2.3- Técnicas e instrumentos para la diagnosis.

a) Entrevistas

Se utiliza esta técnica para la obtención de información, sobre cuál es el tipo de producto más adecuado para la presente investigación, la definición de los contenidos educomunicacionales de patrimonio y su posterior difusión. Dentro de las entrevistas que a realizarse se toma en cuenta al Soc. Eduardo Vega, quien es el director de la Casa de la Cultura núcleo El Oro en la ciudad de Arenillas ha realizado varios proyectos en pro de la cultura como lo es el recital poético “Amor y Cultura”; además de contar con una larga experiencia dentro del campo educativo.

También se conversó con el Lic. Telmo Aguirre, director de la Radio Comunitaria R.V.A. de la ciudad de Cuenca el mismo que cuenta con más de 15 años de experiencia desarrollando programas de cultura y sociedad.

Al Lic. Sebastián Longhi, Periodista y experto en comunicación cultural. Es miembro del grupo de investigación: Patrimonio y Artes Visuales en Europa y América (HUM068)-UHU (España), se ha desempeñado en cargos relacionados con la gestión cultural, el periodismo y la docencia del español como lengua extranjera, así como universitaria en el ámbito de la estética cultural.

b) Focus group a docentes del proyecto

En esta investigación se aplica la técnica del Focus group, dentro de los procesos indicativos de esta herramienta podemos sacar opiniones y actitudes de nuestro público destinatario, por tal motivo se la aplica en dos fases, dentro de su primera fase se incluyen como público objetivo a los docentes gestores del proyecto Orotopía, ya que los mismos estuvieron presentes desde el inicio y su experiencia a través del mismo puede garantizar cuales son los contenidos y productos que más se pueden acercar a la población final, por esto se incluyen a cuatro docentes de la carrera de educación inicial por el motivo del aporte del condensado “El mágico mundo de Orotopía” dos docentes de la carrera de comunicación social, como son el Lic. Rubén Zapata y la Lic. Patricia Pacheco por ultimo al Lic. William Garcés, docente de

la carrera de artes plásticas, encargado del desarrollo de la muestra itinerante “rostros” y el resultado en colegios locales sobre la inclusión del patrimonio en la extra curricula educativa. El gestor del proyecto el Ingeniero Gabriel Iñiguez Parra.

Dentro de su segunda fase esta técnica, permite analizar el impacto y nivel de aceptación de los productos audiovisuales educomunicativos definidos en la primera fase, además permite validar si los contenidos más apropiados son aptos para llegar a un público menor de edad que la estimación de edades son entre los cuatro y doce años mediante un piloto del o los productos que salieron como resultados de la primera fase de esta herramienta.

c) Observación documental del trabajo en otros programas de alfabetidad

Se revisan proyectos encontrados como referencias dentro de los casos de varios artículos científicos desarrollados a nivel hispanoamericano, esto con la finalidad de identificar las actividades más relevantes que podrían ser aplicadas dentro de la propuesta de este trabajo.

d) Análisis de contenido audiovisual de productos audiovisuales educativos

Se utilizó esta técnica, para saber cuáles son los pilares principales que se toman en cuenta al momento de realizar un producto audiovisual infantil de carácter cultural, para lo cual se le hizo un seguimiento de dos meses a tres canales de *Youtube*: Mundo Primaria, Pío Pío Family y por último *Sami Apps* es un canal especializado en educación infantil.

Es un herramienta de análisis la cual es utilizada como técnica de investigación la cual se basa en la descripción objetiva, sistemática, y cuantitativa lo que permite ordenar y analizar cualquier contenido manifiesto lo que permite una uniformidad al ser aplicada por vario investigadores a la vez , lo que permite “la disminución de los juicios personales y subjetivos en el procesamiento de la información y el análisis de los contenidos tanto latentes como manifiestos en base a unos criterios objetivamente definidos” según lo comenta (Kassarjian, 1977).

2.4- Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	2019			
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero
Desarrollo del tema de investigación	X			
Búsqueda y análisis de información sobre el tema	X	X		
Aplicación de las técnicas de investigación		X		
Desarrollo y presentación de la propuesta (productos educomunicativos)		X	X	
Presentación del trabajo.				X
Sustentación del proyecto				X

Desarrollado por: Marlon Jaén

2.5- Resultados de la diagnosis.

En el presente apartado se realiza la presentación de los resultados de la investigación previa a la etapa de intervención o investigación dentro del proyecto de alfabetidad patrimonial de Orotopía, para esto se hace uso de la consolidación de la información obtenida por las diversas fuentes estudiadas. En primera instancia se tienen los datos de las entrevistas a expertos, seguida por el focus group al equipo de trabajo del proyecto, la ficha de observación hacia proyectos que se pueden convertir en referentes para el presente estudio y el análisis de contenido audiovisual que se le realizó a tres canales de la plataforma mundial Youtube y al contenido que subieron durante dos meses.

2.5.1- Análisis de la entrevista a expertos

Por medio de esta técnica de entrevistas a expertos se pudo organizar y distribuir los diferentes productos más apropiados para la difusión de contenido educomunicativo bajo los criterios y opiniones de los entrevistados poniendo en consideración los más esenciales.

Tabla 1. Resultados de Entrevistas

N.º	TEMA	IDEAS PRINCIPALES	
1	¿Cuál es el aporte del patrimonio a los pueblos?	Es la herencia que pasamos a las posteriores generaciones, tiene una gran importancia para los pueblos pues de ella se forjan interacciones de los individuos con sus semejanzas y expresa la forma en que esa sociedad se identifica, manifiesta, desarrolla, mantiene a lo largo del tiempo.	
2	¿El patrimonio cultural corre algún tipo de riesgo?	Sobresalió el hecho de que el desconocimiento acerca del patrimonio es un alto potencial de riesgo para que este no se conserve, proteja y mantenga. Además, el crecimiento de ciudades debido al desplazamiento de las personas también provoca efectos a la cultura que encierra una ciudad, disminuyendo a veces rasgos de la identidad de estas sociedades.	
3	¿El patrimonio intangible está resguardado?	<p>El patrimonio intangible, no está resguardado de una manera apropiada ya que las entidades encargadas de realizar este tipo de acción, no cuentan con suficiente personal capacitado para realizar este tipo de acciones, lo que da como referencia a una mala administración de este recurso valioso.</p> <p>En el caso extranjero existe un mayor nivel de conciencia en Europa por el mismo hecho que se trabaja desde hace varias décadas en este tema y porque se lo utiliza como parte de un recurso turístico que genera</p>	
4	De manera general ¿Qué tipo de productos comunicacionales serían apropiados para la alfabetización patrimonial?	Medios tradicionales	<ul style="list-style-type: none"> ● Imágenes ● Revistas ● Cuentos ● Teatro

		Medios digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Videos • Imágenes • Microcápsulas
5	¿Cómo se puede potencializar el interés en temas de patrimonio a la población actual?	Características iconográficas al momento de realizar (contar) las historias.	<ul style="list-style-type: none"> • Narración de los cuentos utilizando las figuras literarias. • Ilustración de los Personajes acorde al tema. • Tener una base investigativa sobre el origen de la historia.
		Recursos a través de los cuales se puede tener un mayor impacto.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de historias • Videos • Dramatizaciones • Fotografía • Historias contadas por títeres.
6	¿Cómo son tratados los temas de patrimonio cultural dentro de los centros educativos?	<p>La enseñanza de la cultura dentro de los centros educativos se la toma de manera superficial, ya que solo se toma a las danzas como tradición dejando de lado otros aspectos importantes que engloba este término, como el empoderamiento de nuestra identidad.</p> <p>En Europa existen mayores espacios dentro de la currícula escolar donde se trata estos temas aplicados con las TICs, pero falta más levantamiento de información y estudio de cómo aplicarlo con los grupos de desplazados.</p>	
7	¿Qué rasgos deben contener los productos educomunicativos para la alfabetidad patrimonial?	<ul style="list-style-type: none"> • Comprensión - entendible • De corto tiempo • Terminología coloquial • Variedad en la construcción de los arquetipos utilizados. 	

Elaboración propia

Dentro de esta primera fase se logró obtener una reunión con los integrantes del proyecto Orotopía que se ejecutó en un lapso de 40 minutos dentro de la sala de reuniones de docentes en el campus Machala – UTMACH, se obtuvo como resultado una conversación dinámica en

referencia a toda la experiencia y experticia necesaria para el desarrollo de un tema formativo, a esto se añade el aporte del gestor para evidenciar la manera de gestión aplicada desde el área de comunicación. Se trabajó con un total de ocho personas relacionadas con el proyecto.

Tabla 2. *Focus group*

N.º	TEMA	IDEAS PRINCIPALES	
1	Cómo ha cambiado la percepción, del patrimonio antes y después con el proyecto “Orotopía” dentro del campo educativo.	Antes	<p>Desconocimiento en cuanto a patrimonio literario para la alfabetidad patrimonial dentro de la literatura infantil para niños menores a 6 años.</p> <p>Poco espacio de visibilización en temas de patrimonio dentro de los centros educativos, los programas extracurriculares toman otras opciones en vez de temas culturales.</p> <p>Inexistencia de procesos investigativos en el área del patrimonio cultural.</p>
		Después	<p>Mediante la intervención del proyecto “Orotopía” se generan productos educomunicacionales para niños menores de seis años.</p> <p>Se trabaja con ciertos centros educativos para la aplicación de temas patrimoniales en las horas extraclases y también los estudiantes universitarios aprenden a investigar más temas de patrimonio cultural local.</p> <p>Se aplican varios procesos de generación de productos investigativos comunicacionales relacionados al patrimonio por estudiantes universitarios.</p>

2	<p>Cuáles fueron los problemas que atravesaron al momento de buscar estos elementos patrimoniales.</p>	<p>El principal problema fue, que no hubo con una buena capacitación hacia los estudiantes al momento de crear este producto educomunicativo, para que de esta manera poder sacar un producto más pulido del que existe en la actualidad.</p> <p>El hecho que poco a poco muchas personas que fueron el rostro vivo de la historia van desapareciendo sin quedar preservado sus relatos e historias.</p>	
3	<p>Qué aportaron las carreras a “Orotopía” en el campo educativo.</p>	<p>Se entregó a través de la carrera de Educación Inicial y Parvularia un libro con cuentos, historias y canciones que el educador puede utilizar dentro del aula de clase.</p> <p>La carrera de Comunicación Social ha generado productos comunicacionales de diversos temas acerca de patrimonio, ahora debe enlazar todo para la generación de espacios educomunicativos</p> <p>Los espacios de desarrollo artístico, los bustos para reconocimiento de personajes, cuadros de los oficios que se ejercen en la provincia y murales educativos acerca de patrimonio.</p>	
<p>EL PATRIMONIO CULTURAL DENTRO DEL CAMPO EDUCATIVO</p>			
4	<p>El producto educomunicativo va a ayudar a proceso de alfabetidad patrimonial dentro de las aulas de clase.</p>	<p>Debe convertirse en un instrumento de apoyo para que el proceso de alfabetidad patrimonial sea más lúdico e interactivo en las aulas de clase. Actualmente lo que se tiene es un libro como base de la investigación generada por los estudiantes, pero este producto debe mejorar ciertas características para alcanzar su objetivo.</p>	
5	<p>Cuál sería el siguiente paso para que este producto pueda convertirse en un instrumento atractivo para los niños</p>	<p>Añadir un valor agregado acorde a la temática del texto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Telas musicales. ● Videos acordes al cuento. ● Declamaciones. ● Fichas educativas ● Aplicación de TICs ● Etc.

6	Cuál sería la forma más adecuada para que el proyecto sea immortalizado y no se quede en las aulas y busque la manera de expandir fronteras.	Formas de difundir y preservar el contenido del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> ● Cuenta cuentos. ● Representaciones en vivo. ● Improvisación. ● Teatro de títeres. ● Interacción dentro de los programas gubernamentales como: C.N.H., Guarderías, otros.
---	--	---	--

Elaboración propia

2.4.3- Observación a proyectos similares

La observación de proyectos similares a Orotopía permite que se puedan generar una tabla comparativa entre estas actividades, permitiendo a su vez entrever las estrategias aplicadas en otros sectores que se dedican a similar tarea. En este caso se resuelve finalmente por temas de logística, equipos y necesidad educomunicacional la aplicación de los videos infantiles.

Tabla 3. *Tabla comparativa de proyectos relacionados*

Proyecto / Lugar / Autor	Objetivo	Estrategias aplicadas
<p><i>The Museum of Como Lake Landscape</i></p> <p>Museo Paisaje del Lago Como</p> <p>Desarrollada por el Politécnico de Milán – Italia</p> <p>Artículo: Museos virtuales y entorno construido: narrativas y experiencias inmersivas vía centros de geodatos multitemporales.</p> <p>Autores: Raffaella Brumana*, Daniela Oreni, Sara Caspani, Mattia Previtali</p>	<p>Reconocer el pasado y la valorización de los trazos del paisaje histórico antrópico por parte de pobladores y visitantes.</p>	<p>Posee funcionalidades de navegación 3D.</p> <p>Se presentan paisajes de navegación Multi-temporal.</p> <p>Registros de Mapas históricos 3D.</p> <p>Itinerarios de Tremezzo en Google Earth.</p> <p>Aplica TICS, promoción en web, aparece en Google maps, publicidad impresa. La muestra es permanente.</p>

<p>Educación Patrimonial</p> <p>España</p> <p>Facebook (@EducaPatrimonio) y Twitter (@Edu_Patrimonial).</p> <p>Artículo: Educación patrimonial y redes sociales. De la investigación a la acción: El proyecto Educación Patrimonial.</p> <p>Autor: Stella Maldonado Esteras</p>	<p>Desarrollar una línea educativa que favorezca aprendizajes significativos a través del patrimonio como recurso y valor y, además, tener un carácter investigador desde la práctica, estudiando la acción desde diferentes perspectivas críticas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se trata de sensibilizar sobre la importancia de los patrimonios como elementos identitarios. - Genera canales de comunicación y diálogo con el fin de construir una comunidad patrimonial 2.0. - Evaluar de manera constante, reflexiva y reparadora.
<p>Brasil: La casa de la memoria</p> <p>http://casadamemoria.wordpress.com</p> <p>Artículo: Educación patrimonial: retrospectiva y prospectivas para la próxima década.</p> <p>Autor: Fontal Merillas, Olaia</p>	<p>Estudiar la memoria individual y colectiva de los habitantes de la Villa de Paranacabia, situada entre los 100 sitios destacados de Brasil como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se basa en procesos de colaboración con la perspectiva de la propiedad, pertenencia y significación del patrimonio tangible e intangible. - Establecimiento de vínculos entre el arte y la vida. - Potenciación de las miradas individuales y colectivas de la ciudad imaginaria y sus representaciones.

Elaboración propia

Fuente: Varios autores

2.4.4- Análisis de contenido audiovisual

Mundo Primaria la cual se especializado en cuentos infantiles educativos, *Pio Pio Family* a diferencia del primero es un canal de variedades como manualidades, cuentos y cultura y por último *Sami Apps* es un canal especializado en educación infantil que enseña a las personas palabras, frases en diferentes idiomas. Donde se destaca principalmente dentro de estos un solo objetivo la educación de los niños y niñas, para lo cual se utilizó una ficha de análisis de contenido basado en las investigaciones de (Pacheco Zerda & Zerda Reyes, 2018) y (PARREÑO, 2017) donde se detalla lo tomado en cuenta para realizar el respectivo análisis.

Tabla 4. Resultados de análisis de contenido audiovisual

Variables a analizar	Mundo Primaria	Pio Pio Family	Sami Apps
----------------------	----------------	----------------	-----------

VARIABLES DICOTÓMICAS			
Modalidad visual o auditiva utilizada dentro del producto.	Totalmente	Totalmente	Parcialmente
Grado de integración del entorno con los personajes.	<i>Totalmente</i>	<i>Parcialmente</i>	<i>Parcialmente</i>
Proximidad e interacción de los personajes con el fondo.	<i>Parcialmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Parcialmente</i>
Dimensionalidad de los personajes y el entorno basados en la historia	<i>Parcialmente</i>	<i>Escasamente</i>	<i>Parcialmente</i>
Tipos de alocución utilizadas dentro de la narración de la historia.	<i>Totalmente</i>	<i>Parcialmente</i>	<i>Totalmente</i>
Estado y diégesis narrativa	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>
VARIABLES GENÉRICAS			
Datos generales de producto audiovisual como nombre del programa u otros.	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>
Datos identificadores de la marca o producto emplazado.	<i>Parcialmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>
VARIABLES DE VALOR			
Bimodalidad del nombre del canal o del tema a	<i>Parcialmente</i>	<i>Escasamente</i>	<i>Parcialmente</i>

tratar dentro del audiovisual			
Codificación del mensaje, ya sea escrito (subtítulos) o hablado	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>
Relevancia, Interacción y Valencia de los personajes con el consumidor de contenidos.	<i>Escasamente</i>	<i>Parcialmente</i>	<i>Totalmente</i>
Tiempo de exposición, y Redundancia del tema a tratar dentro del entorno visual del video.	<i>Parcialmente</i>	<i>Escasamente</i>	<i>Parcialmente</i>
Saturación, Rango del personaje y personalidad del personaje.	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>	<i>Totalmente</i>

Elaboración: José Martí Parreño

Fuente: Revista Pensar la Publicidad

Todos estos resultados permitirán el desarrollo de un producto edu-comunicacional que serviría para el proyecto de Alfabetidad patrimonial gestionado desde Orotopía. Se espera en el siguiente apartado trabajar la propuesta de intervención para ser posteriormente presentada al equipo responsable de esta actividad dentro del proyecto anteriormente referido.

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1- Identificación de la intervención.

Dentro de los diferentes tipos de productos edu-comuncionales, los audiovisuales son los que más destacan entre un sin número de recursos educativos, ya que al combinar la imagen con el sonido pueden generar un nuevo mundo de sentimientos, emociones y percepciones que permiten a la persona o individuo generar pensamientos propios a partir de lo que recibió a través de este.

Un video o producto audiovisual, bien direccionado puede llegar a hacer una herramienta que puede contribuir a la conservación de un bien muy preciado, como por ejemplo un poema, una canción o un bien inmaterial histórico que puede ser utilizado para la enseñanza de educativa y cultural dentro de la provincia de El Oro. Por tal motivo esta investigación tiene como objetivo crear este recurso para así poder gestionar y conservar mejor el patrimonio cultural inmaterial dándole así el valor y el espacio que verdaderamente se merecen y de esta forma llegar a los públicos seleccionados y que se detallan a continuación.

3.2- Fundamentación teórica de la intervención.

3.2.1- La influencia del producto audiovisual dentro de un plan educacional

Dentro de los diferentes medios y productos existentes en el mercado los productos audiovisuales son los más impactantes de más demanda hoy en día que según (Ortells, 2016) comenta que, siendo el más adaptativo a la cada situación, puede incluir al espectador dentro de la historia que el video narra ya sea en tiempo real o grabado; actualmente la mayoría de la persona que trabajan en este medio innovan dentro de este campo para que los espectadores sean entretenidos y engancharlos para así poder consumir todo el contenido que

se les presenta, siendo este el caso de los “youtubers” ya que este tipo de productos dentro plataformas digitales como el trabajo soñado y medio de ingreso económico.

El plan de comunicación es uno de los recursos indispensables dentro de una empresa, proyecto o una variación de estos, según (Tur-Viñes & Monserrat Gauchi, 2014) este tipo de documentos engloba una serie de acciones o recursos que permite un correcto funcionamiento de las diferentes capacidades que se pueden encontrar en un negocio, por tal motivo contar con la ayuda de este tipo de escrito resulta beneficioso para quien lo ponga en práctica.

Pero cómo se realiza este documento según Manucci, (2006) se responde a tres preguntas básicas que deben satisfacer la integridad del recurso que se va a realizar, iniciando con ¿Cómo se puede construir ese concepto?, ¿Cómo se puede planificar la relación con nuestros clientes?, ¿Cómo se puede marcar diferencias con nuestros competidores?, estas preguntas a medida que se les va dando respuesta, vamos resolviendo los pasos necesarios para su creación, empezando por su desarrollo identificando cuales son los criterios que se debe tomar en cuenta al momento de elegir los públicos para establecer las acciones que se utilizaran hasta encontrar el valor diferencial de la competencia.

Tabla 4: *Clasificación de los públicos*

Decisor	Interno	Referente	Entorno	Destinatario
Grupo o persona de la cual depende la definición del proyecto.	Personal a cargo de la gestión y apropiación de los proyectos corporativos.	Encargados de promoción, gestión a nivel externo de las políticas que afectan el proyecto.	Son los públicos o empresas de comunicación encargadas de la divulgación y reconocimiento a nivel externo del proyecto.	Público beneficiario / público objetivo del proyecto corporativo.

Fuente: Manucci, 2011, pp. 14 – 18, citado en Piedra, C. Y. 2014, p.33

3.2.2- Categorización de la ciudadanía objetiva

Desde el punto de vista educucomunicativo al público según González & Contreras Pulido (2014) se lo puede segmentar en tres ecológica, política y social, tomando en cuenta que cada

una estas encierran una serie de características que deben cumplir para llevar un mejor manejo de las actividades, ya que cada uno de ellos trabaja mejor en su campo dando como resultado una ciudadanía concientizada.

Tabla 5: *Categorización de la ciudadanía*

CIUDADANÍA ECOLÓGICA	CIUDADANÍA POLÍTICA	CIUDADANÍA SOCIAL
Este tipo de ciudadanía es una combinación de las dos anteriores ya que estas velan no solamente por la sociedad actual si no que miran hacia el futuro y lo que podría pasar.	Está conformada por aquellas personas a quienes el estado les otorga un reconocimiento el cual le permite apelar a una condición de autonomía, dando la autoridad al ciudadano de participar activamente en la sociedad; los cuales vendrían hacer: gestores y jefes de proyectos.	Son aquellas personas que participan activamente en la toma de decisiones en diferentes ámbitos para un bien común; como por ejemplo padres, estudiantes y educadores.

Fuente: (González & Contreras Pulido, 2014)

3.2.3- Análisis de contenido audiovisual

Dentro de las plataformas tradicionales el contenido audiovisual ha sufrido un emplazamiento a los medios digitales a lo largo de los años, como por ejemplo las redes sociales y páginas web, según (Parreño; (2011) este fenómeno y su complejidad migratoria se debe, a la inmediatez de la información, tomando como punto de partida el entorno o el medio en donde se encuentra dicho contenido ya sea este una imagen, sonido, palabras o la combinación de estos tres los videos.

Al momento de crear cualquier tipo de contenido visual o audiovisual hay que tomar en cuenta que el emplazamiento que puede tener, al paso del tiempo ya que si no se modifica y se adapta puede perder su impacto e interés, por tal motivo (Parreño José; 2011) sugiere que se debe crear estos contenidos utilizando estas variables que se detallan a continuación.

Variables dicotómicas	Variables genéricas	Variables de valor
-----------------------	---------------------	--------------------

modalidad, grado de integración, proximidad, dimensionalidad, alocución, estado y diégesis narrativa	Datos generales, Datos identificadores de la marca o producto emplazado.	Bimodalidad, Codificación, Relevancia, Interacción, Valencia, Tiempo de exposición, Redundancia, Saturación, Rango del personaje, Personalidad del personaje.
--	--	---

3.3- Objetivos de la intervención.

3.3.1- Objetivo general

Potencialización de los procesos de alfabetidad en temas patrimonio cultural en la provincia de El Oro a través de la educomunicación.

3.3.2- Objetivos específicos

- Identificar los públicos estratégicos y tipo de producto educomunicativo para la ejecución del programa de alfabetización.
- Realizar un producto audiovisual de varias historias o leyendas, basado en el libro “el mundo mágico de orotopia”
- Presentar el o los productos utilizando la técnica de focus group a los niños y niñas del club de aventureros Bequer de la ciudad de Santa Rosa, donde se analizo el nivel de aceptación de los videos.

3.4- Planes de la intervención.

Plan 1.- Distribución de los diferentes públicos

Tabla N.º 6: Segmentación de los públicos para alfabetidad patrimonial

Decisor	Interno	Entorno	Referente	Destinatarios
---------	---------	---------	-----------	---------------

- Gestor del proyecto y su equipo de docentes gestores de componente. - UTMACH.	- Docentes de vinculación. - Estudiantes	- Medios de difusión local. - Prefectura de El Oro. - Gad municipales del territorio a intervenir.	- Casa de la cultura núcleo El Oro. - INPC - Ministerio de Educación.	- Ciudadanía de la provincia de El Oro. - Centros de educación inicial. - Escuelas, CNH, Colegios, Universidades.
--	---	--	---	---

Fuente: Marlon Jaén

Plan 2.- Plan de acción concepción de la propuesta.

Eje Rector: “Somos patrimonio”

Según autores investigados, la finalidad de todos los procesos de alfabetizar en patrimonio es que la población se identifique con su cultura, la descubra, la viva, la proteja y conserve lo mejor de ella, considerando que el patrimonio es lo más relevante que un entorno social posee y lo pasa a su próxima generación, además dentro de los procesos de análisis, diagnóstico y la revisión de otros proyectos demuestran que en este sentido la población se relaciona con este proyecto y será embajadora del patrimonio orense por consiguiente se debe recordar que en Orotopía se ha manejado las tres divisiones: Rostros, Magia y Encanto. Esto quiere decir que desde niños se fomenta un valor incluso cívico frente al patrimonio y a raíz de este hecho nace la frase “Somos Patrimonio”.

Tabla N.º 7: *Fases de creación de las microcápsulas*

Nº	Etapas de la Producción	Detalles	Recursos Utilizados
1	<i>Introducción</i>	<i>Se pone en contexto la historia a narrar</i>	<i>Toma principal del escenario y y recursos de audio con telas musicales, efectos de</i>
2	<i>Desarrollo</i>	<i>Descripción de cada uno de los diferentes temas.</i>	

3	Cierre	Finalización de la microcápsula con una explicación del tema tratado. Despedida y cierre.	sonido acorde a la historia narrada.
---	--------	--	--------------------------------------

Fuente: Autor

Plan 3.- Microcápsula el fruto dorado

Se realiza un guión técnico corto de un solo plano, dentro de este se establece los diferentes medios a utilizar como son los diferentes planos, estructura de grabación, sonidos ambientales además se establece en tiempo que debe aparecer y escuchar cada uno de los sonidos descritos en el mismo, incluyendo textos o frases que se deberán emplear dentro de los mismos; se incluye el tiempo de duración de toda la microcápsula.

Tabla N.º 8: *Guión Técnico*

ESCENA 1 / INTRODUCCIÓN – DESARROLLO – CIERRE			
Nº	Planos	Descripción de video	Duración
01	Plano general	Animación de logo, orotopia	0:05 segundos
02	Plano general	Animación de texto (presentación del tema)	0:04 segundos
03	Plano general	Presentación de los diferentes personajes.	0:25 segundos
04	Plano general	Toma general del entorno. Toma combinada, personajes con el entorno.	0:25 segundos
05	Plano general	Desarrollo de la historia contada a través de los diferentes personajes.	2 minutos

06	Plano general	Conclusión y cierre	1 minuto 6 segundos
----	---------------	---------------------	---------------------

Fuente: Autor

Plan 4.- Caracterización del contenido

Tabla N.º 9: *Características a partir del producto audiovisual*

Planos	Escenarios	Personaje	Planos	Diseño de sonido	SoundTrack
-Plano general -Animaciones	Creación de fondos por parte de los estudiantes de educación inicial	-Madre -Panchito (hijo)	-Plano general	-Golpes -Sonido de aves -Planta creciendo -Conteo de reloj -Sonido de aire -Árboles moviéndose -Sonido de agua corriendo.	Goat
Detalles del porqué de su utilización					

Dentro de las investigaciones realizadas en la mayoría de los productos utilizan en gran manera estos dos recursos para dar el impacto deseado en el público objetivo.	Dentro del dinamismo la utilización de este tipo de fondos presenta un dinamismo en productos similares ya que al ser reales se puede generar sentimientos imaginarios del tacto de los usuarios.	La utilización de nombres genéricos como ente caso permite que el usuario se identifique más aun con el personaje y siente que es el quien está en la historia.	La utilización de este plano incluso con los personajes demuestra al consumidor que está pasando en todo momento	Para dar una experiencia más inmersiva se utilizó varios efectos que permiten al consumidor generar sentimientos intensos a través de estos	Por su ritmo intermedio -rápido y de acompañamiento y su calidez permiten que el relacionamiento en algunos casos sea visto todo el contenido por la música mas no por el video
--	---	---	--	---	---

Presupuestos Utilitarios

Tabla N.º 10: Presupuesto productos digitales

	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Creación de guión técnico y literario.	250,00	2.500,00
	Alquiler de equipos para pro y post- producción (cámaras, micrófonos, cables, otros)	830.00	1.660,00
	Contratación de equipo para producción (editores, filmmakers, otros)	2500.00	5.000,00
	Creación de guión para programa radial	85.00	255,00
	Contratación de personal para producción radial.	2000.00	4.000,00

	Alquiler de equipos para pro y post- producción radial (micrófonos, consolas, cables, otros)	420.00	840,00
	Creación de maquetas para revistas	75.00	150,00
	Contratación de personal para producción de revistas (diagramadores, editores, reporteros, otros)	1700.00	1.700,00
	Movilización hacia los diferentes lugares.	300.00	300,00
	Imprevistos	1.500,00	1.500,00
		Total	17.905,00

Fuente: Autor

Tabla N.º 11: *Presupuesto productos tradicionales*

	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
	Materiales	250,00	250,00
	Impresiones (papelería en general)	500,00	500,00
	Alquiler de local	350,00	350,00
	Transporte	300,00	300,00
	Mano de obra	1.500,00	1.500,00
	Imprevistos	750,00	750,00
		Total	3.650,00

Fuente: Autor

Tabla N.º 12: *Coste de creación total de los productos digitales y tradicionales*

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	VALOR GENERAL
Presupuesto productos digitales	17.905,00
Presupuesto productos tradicionales	3.650,00
	21.555,00

Fuente: Autor

3.5- Propuesta de la evaluación y control de la intervención.

El producto audiovisual se lo presentó a dos grupos de 12 personas con edades que van de los 4 años hasta los 9 años, pertenecientes a un grupo de social denominado “Club de Aventureros Berquer” los cuales tienen su puesto de funcionamiento en la ciudad de Santa Rosa, se pudo aprovechar las facilidades que brindaban ya que dentro del grupo los padres de los niños también asisten a las reuniones además se pudo aprovechar las opinión de los padres en cuanto al contenido generado por los videos.

3.5.1- Análisis de la intervención

El producto presentado al grupo tuvo una aceptación notable por parte de los infantes ya que al momento de aplicarse un instrumento de evolución lúdico - didáctico con diferentes dinámicas donde los pequeños pudieron poner en práctica lo aprendido a través del video y como debe ser su actuar ante las diferentes costumbres ancestrales que se puede encontrar.

Se pudo hacer una contrastación de los resultados con la opinión de los padres a los cuales se les aplicó unas preguntas básicas sobre el contenido visto en el producto y las actividades que realizaron los pequeños posteriormente dando como respuesta positiva al igual que los niños; además de los padres surgieron ciertas sugerencias para próximos productos de igual similitud las cuales se describen a continuación.

- Tener un escenario con movimiento para un mayor dinamismo en la obra.
- Realizar actividades complementarias como la creación de uno de los personajes del teatro.

- Mejorar el banco de preguntas que se realizó después de la presentación para despejar todas las dudas posibles acorde al tema.
- Realizar una grabación con mínimo dos cámaras para dar un contexto más coherente a la obra.
- Utilizar chroma key para una mejor adaptación de la obra.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1- Descripción y contrastación teórica de los logros de intervención.

Durante el proceso evolutivo de esta investigación, desde la obtención de fuentes bibliográficas hasta el proceso analítico, se pudo constatar que la mejor manera de potencializar los procesos de alfabetidad en temas donde se menciona al patrimonio cultural se deben adaptar a cada ambiente y público destinatario ya que cada producto tiene un campo de acción y desempeño diferente. Al llevarse a cabo toda esta investigación se pudo evidenciar que cada producto a crear, debe pasar por un proceso, iniciando desde la identificación de los públicos destinatarios y el producto que mejor se adapte a estos, hasta su validación mediante un pilotaje y posterior publicación del mismo para de esta manera poder ofrecer un producto de calidad.

En este caso se realizó todos los procesos necesarios para crear desde cero un producto educomunicativo que potencialice la alfabetidad patrimonial dentro de la provincia de El Oro basado en el libro “El mundo mágico de Orotopía”, analizando cada uno de los aspectos que

deben incluir estos productos y así alcanzar el nuevo nivel de interactividad que hay entre los interlocutores y los usuarios.

4.2- Conclusiones

- **Cl.** A partir de la experiencia que se obtuvo al realizar el proyecto se puede concluir que, la creación de productos audiovisuales como microcápsulas y reportajes son elementos que por su composición pueden potencializar cualquier tema de patrimonio cultural.
 - **Cl.** Dentro del proceso investigativo se pudo identificar y definir que la microcápsula a diferencia de otros productos comunicacionales se puede adaptar a los temas patrimonio cultural y tiene un buen nivel de aceptación dentro de un público menor de 10 años.
 - **Cl.** Se pudo definir que los temas cortos que hablen acerca del patrimonio inmaterial como leyendas, cuentos e historias son el contenido más apropiado en este caso para las microcápsulas ya que por su contenido de fácil comprensión puede ser visto por dos públicos objetivos ya sean estos niños o adultos.
 - **Cl.** Se elaboró una serie de cuatro videos (microcápsulas) partiendo de la contextualización del tema de patrimonio cultural que dieron como resultados de la investigación
 - **Cl.** Se logró analizar el nivel de aceptación que tuvo este producto educomunicativo a través de un focus group realizado con los niños del club de aventureros Berquer de la ciudad de Santa Rosa que está conformado por 12 asistentes, ya que el nivel de interacción con las actividades lúdicas realizadas posterior a la presentación del video fueron muy provechosas.

4.3- Recomendaciones

- Al momento de realizar este tipo de productos audiovisuales se recomienda crear un grupo de trabajo de alrededor de cuatro personas, ya que esto permitirá tener un mayor nivel de producción y sacar productos de mejor calidad y así poder enriquecer aún más el contenido de cada producto.

- Se recomienda realizar una validación de cada producto de este tipo, de esta manera se puede evidenciar el correcto uso de los recursos utilizados en estos, además de la creación de un focus group un poco más grande en el caso de los niños para así tener una experiencia más enriquecedora.

Bibliografía

- Acero Tinoco , E. C. (2018). TURISMO, PATRIMONIO Y COMUNIDADES INDÍGENAS. *Turismo y Sociedad*, 213-233.
- Careaga, A. (2015). El patrimonio cultural desde las voces de los jóvenes. Un punto de partida para la educación patrimonial . *Cuadernos de Investigación Educativa*, 51-70.
- MARTÍNEZ GIL, T. (2015). LA EDUCACIÓN PATRIMONIAL COMO HERRAMIENTA PARA LA EDUCACIÓN INCLUSIVA: DEFINICIÓN, FACTORES Y MODELIZACIÓN. *ANDAMIO*, 81-97.
- PARREÑO, J. M. (2017). Propuesta de una herramienta de análisis de contenido para el emplazamiento de producto en contenidos audiovisuales. *Pensar la Publicidad*, 65-92.

- Pinto, H., & Molina Puche, S. (2015). La educación patrimonial en los currículos de ciencias sociales en España y Portuga. *Educacion Siglo XXI*, 103-128.
- Aguaded Gómez, & Caldeiro Pedreira, M. (2017). ¿Autonomía o subordinación mediática? : la formación de la ciudadanía en el contexto comunicativo reciente. *Dialogos de la comunicación*.
- Andrade, S. (2016). La construcción del discurso sobre patrimonio intangible y las políticas culturales en Ecuador. *Boletín de Antropología*, 221-247.
- CEPEDA ORTEGA, J. (2018). UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL A PARTIR DE EXPERIENCIAS: EL PATRIMONIO Y LA EDUCACIÓN . *TABANQUE*, 244-262.
- Dantas de Figueiredo, M. (2015). Los efectos de la salvaguardia en las formas de organizar, producir y reproducir el patrimonio cultural inmaterial. *Pasos*, 1037-1046.
- Fontal, M. (2016). Educación patrimonial: retrospectiva y perspectivas para la próxima década . *Estudios Pedagógicos*, 415-336.
- Fontal, O., & Martínez, M. (2017). Evaluación de programas educativos sobre Patrimonio Cultural Inmaterial. *Estudios Pedagógicos* , 69-89.
- García Valecillo, Z. (2015). La educación patrimonial. Retos y pautas para educar a la ciudadanía desde lo patrimonial en Latinoamérica . *Muesca*, 58-73.
- Giacomasso, M. V. (2015). EL PATRIMONIO CULTURAL DE SAN LUIS. REFLEXIONES ACERCA DE LA NORMATIVA LEGAL QUE PROMUEVE SU SALVAGUARDA . *Andes*, 1-24.
- Gil Quintana, J. (2015). MOOC “Innovación Educativa y Desarrollo Profesional. Posibilidades y Límites de las TIC”. Una Experiencia desde la Educomunicación en el Proyecto Europeo ECO . *Hipatia Press*.

- González, H., Pacheco Suárez, Y., & Yáñez Pérez, L. (2018). Educación patrimonial en función del desarrollo social . *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 91-110.
- Gozálvez, V., & Contreras Pulido, P. (2017). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar*, 129-136.
- Guixé, J. (2017). TESTIMONIOS, políticas de memoria y patrimonio intangible, usos y ejemplos. *Historia y comunicación social*, 381-395.
- Herrera Pardo, J. (2016). La responsabilidad ante el patrimonio. *DEARQ - Revista de Arquitectura* , 162-163.
- Maldonado Esteras, S. (2017). Educación patrimonial y redes sociales. De la investigación a la acción: El proyecto Educación Patrimonial. *Pulse*, 97-111.
- Mariano, M. (2017). Carnavales y patrimonios: diálogos sobre identidades y espacios de participación. *Memorias*, 10-41.
- Martínez Salanova, E. (2015). Educomunicación, acción militante, amistad, motor de cambio y lugar de encuentro. *COMUNICAR*, 1-8.
- Ortells, B. (2016). Vídeos de producción propia en la prensa digital: buscando el equilibrio entre la calidad y la inmediatez. *Revista Latina de Comunicación Social*, 1-14.
- Pacheco Zerda, P., & Zerda Reyes, M. (2018). POSTPRODUCCIÓN Y EDUCOMUNICACIÓN EN EL AUDIOVISUAL INFANTIL: UN PROCESO CREATIVO CON RESPONSABILIDAD . *ReHuSo: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales* , 17-28.
- Pardo, M. (2019). El patrimonio como una forma de culturización. *Plural*, 107-135.
- Torres Lima, H. J. (2017). La educomunicación y el diseño instruccional . *Razón y Palabra*, 22-31.

Tuzel, S., & Hobbs, R. (2017). El uso de las redes sociales y la cultura popular para una mejor comprensión intercultural. *Comunicar*, 63-72.

Zúñiga Bravo, F. G. (2014). Las transformaciones del territorio y el patrimonio cultural en el totonacapan Veracruzano, México, basadas en la actividad turística como estrategia de desarrollo regional . *Cuadernos de Turismo*, 351-372.

Anexos

Banco de preguntas utilizado en la realización de las entrevistas a expertos

- ¿Cuál es el aporte del patrimonio a los pueblos?
- ¿El patrimonio cultural corre algún tipo de riesgo?
- De manera general ¿Qué tipo de productos comunicacionales serían apropiados para la alfabetidad patrimonial?
- ¿Cómo se puede potencializar el interés en temas de patrimonio a la población actual?
- ¿Cómo son tratados los temas de patrimonio cultural dentro de los centros educativos?
- ¿Qué rasgos deben contener los productos educomunicativos para la alfabetidad patrimonial?
- ¿El patrimonio intangible está resguardado?

Banco de preguntas utilizado en la realización del Focus Group

- Cómo ha cambiado la percepción, del patrimonio antes y después con el proyecto “Orotopía” dentro del campo educativo.

- Cuáles fueron los problemas que atravesaron al momento de buscar estos elementos patrimoniales.
- Qué aportaron las carreras a “Orotopía” en el campo educativo.

EL PATRIMONIO CULTURAL DENTRO DEL CAMPO EDUCATIVO

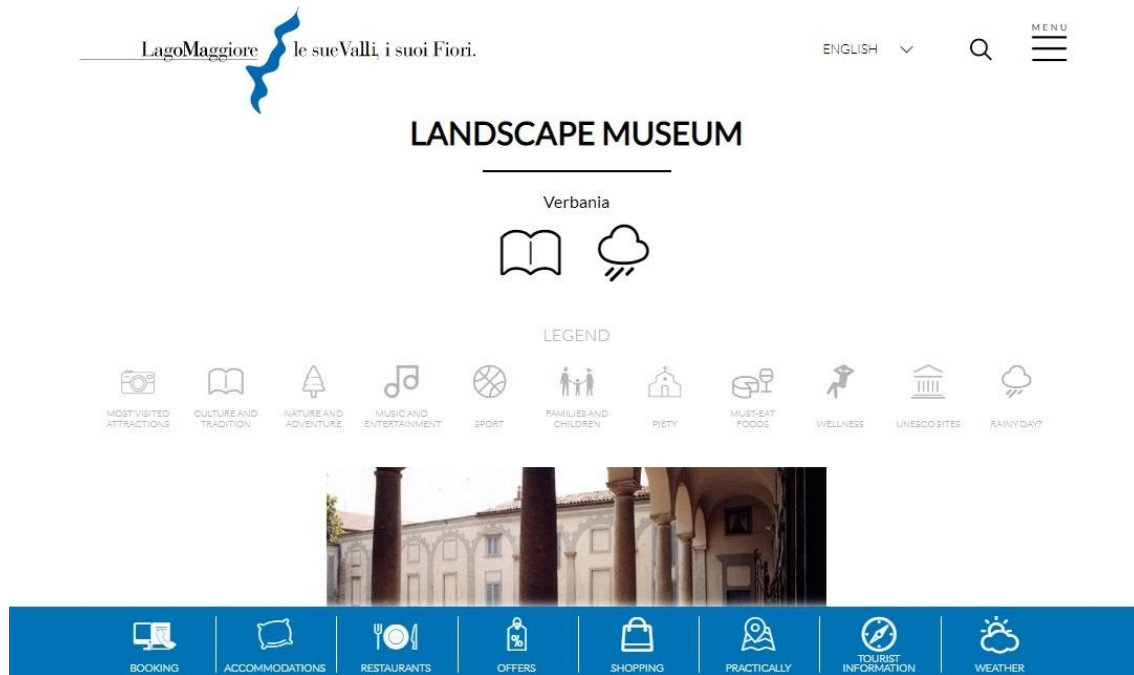
- El producto educomunicativo va a ayudar a proceso de alfabetidad patrimonial dentro de las aulas de clase.
- Cuál sería el siguiente paso para que este producto pueda convertirse en un instrumento atractivo para los niños.
- Cuál sería la forma más adecuada para que el proyecto sea inmortalizado y no se quede en las aulas y busque la manera de expandir fronteras.

FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDO AUDIOVISUAL

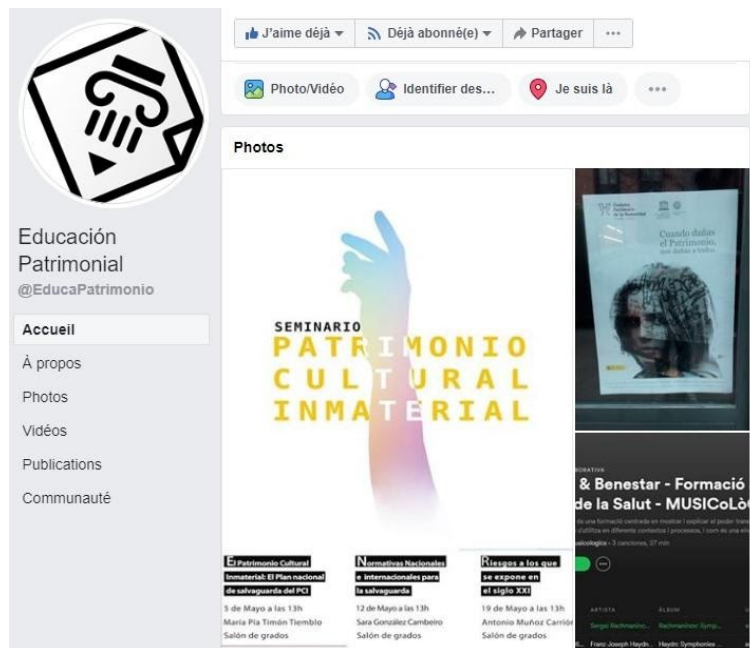
DATOS GENERALES							
Tipo de producto	Microcápsula, video, documental, transmisión en vivo, otro						
Nombre del producto	Titulo con el cual esta subido y se lo puede encontrar en la plataforma.						
Fecha de publicación	Cuando fue publicado día, mes, año						
Nombre del canal publicado	Que canal o canales publicaron contenido parecido o igual del producto.						
ANÁLISIS TÉCNICO DEL CONTENIDO							
Duración	1 a 1:30 min.	1:30 a 2:00 min.	2:00 a 3:00		3:00 a 5:00		
Tipo de contenido	Informativo	Entretenimiento	Infantil	Cultural	Educativo		
Tipo de planos utilizados según el encuadre utilizado	P.G.	P.A. o ¾	P.M.	P.M.C.	P.P.	P.P.P.	P.D.
Tipo de Sountrack utilizado							
Paleta de colores utilizada	Cálidos			Fríos			

Proyectos educomunicativos analizados

Museo Web Landscape



Página en de la red social facebook “Educación Patrimonial”



Proyecto: Casa de las memorias



o projeto

CASA DA MEMÓRIA

Núcleo da Memória Audiovisual da Paisagem Humana de Paranapiacaba
2007

Curadoria Lilian Amaral

Museu Aberto



Arquivos

[outubro 2007](#)

[setembro 2007](#)

[agosto 2007](#)

Posts recentes

[cronograma](#)

[HISTÓRIA ORAL: EM BUSCA DE NOSSAS RAÍZES](#)

[Workshop PAISAGEM REVELADA: Encontro II: Atuação no Espaço, Coleta, Programa](#)

[Workshop Lilian Amaral](#)

Categorias

[cronograma](#)

[responsavel](#)

[Uncategorized](#)

[vila](#)

[workshop](#)

Prueba lúdica para los niños

Nombre: _____

Edad: _____

Fecha: _____

Pinta las mazorcas de maíz con sus colores correspondientes



Encierra con un círculo los animales que pudiste ver en el video



Como se llamaban los personajes del video.

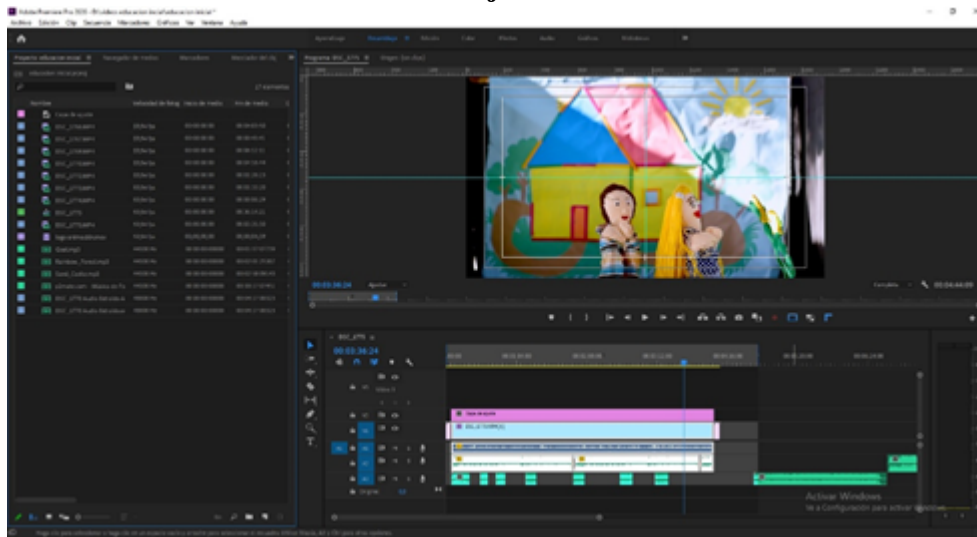


Nombre de los personajes

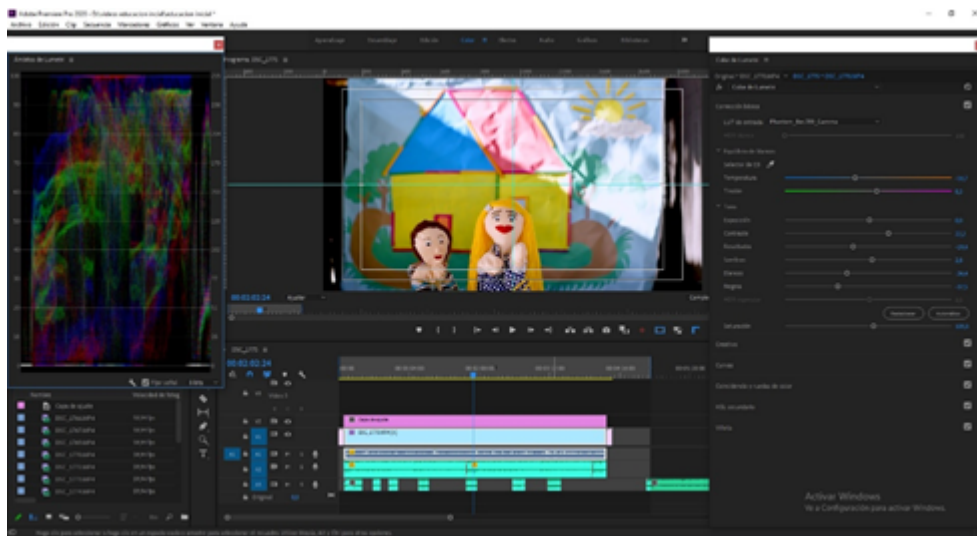
Para los siguientes juegos pide ayuda a tus papás

Capturas de pantalla del proceso de ensamblaje y edición del video

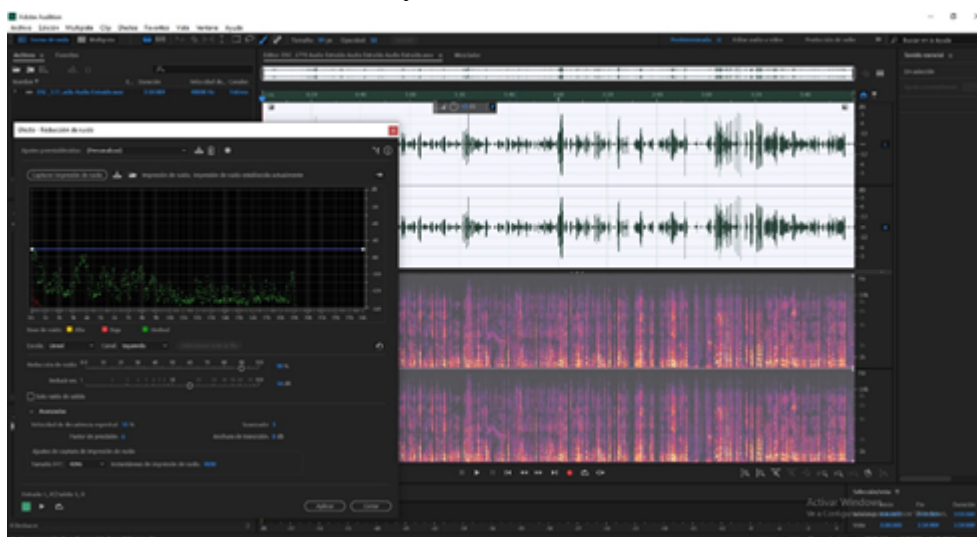
Ensamblaje del video



Corrección de color del video

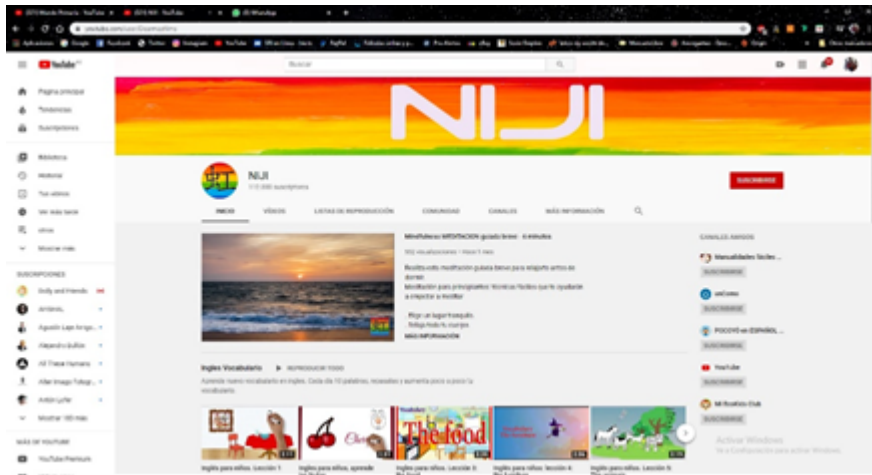


Edición y corrección de sonido

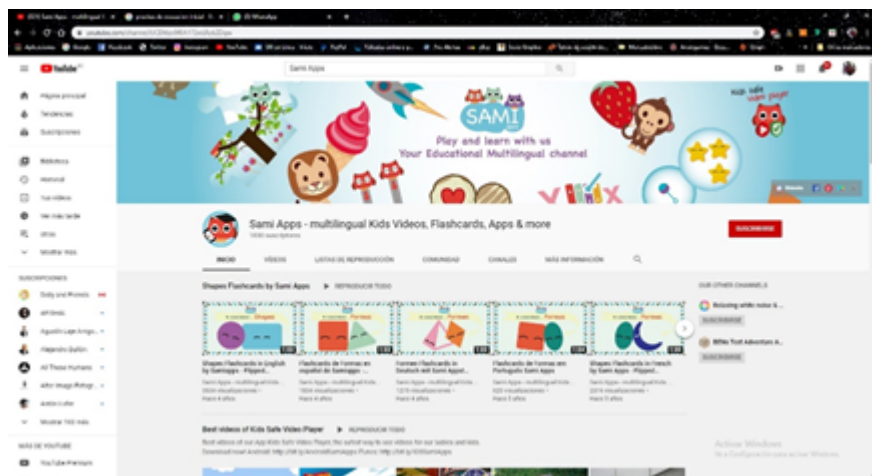


Canales de youtube analizados

Pio pio family



Sami apps



Mundo primaria



Imágenes del proceso de validación a los niños del club de aventureros Berquer.









