



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA
COMUNICACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN PERIODISMO**

TÍTULO DEL PROYECTO

**ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y
CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN
SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN)**

**Autoras: Karla Solís Paz
Karla Paredes Rosado**

Milagro, Abril 2012

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL (A) TUTOR (A)

Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Srtas. Karla Aura Solís Paz y Karla Andrea Paredes Rosado, para optar al título de Licenciada en Ciencias de la Educación y que acepto tutorial de las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación evaluación y sustentación.

Milagro, 03 a los Días del mes de Mayo del 2012

Lcdo. Jorge Luis Santos Delgado

Firma del tutor

DECLARACIÓN DE AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias de la Educación y la Comunicación de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que esta referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, 03 a los Días del mes de Mayo del 2012

KARLA SOLÍS PAZ

C.I. # 0923369748

KARLA PAREDES ROSADO

C.I # 0927313064

CERTIFICADO DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, MENCIÓN PERIODISTA, otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones

MEMORIA CIENTÍFICA	()
DEFENSA ORAL	()
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres Carlos Solís y Aura Paz, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ellos que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

KARLA AURA SOLÍS PAZ.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a ti Dios, por ayudarme a terminar este proyecto, gracias por darme la fuerza y el coraje para hacer este sueño realidad, por estar conmigo en todo momento de mi vida. A mis padres Carlos Solís y Aura Paz gracias por todo el apoyo que me han dado desde la infancia hasta ahora y porque siempre han trabajado por darme lo mejor, a través de estas líneas quiero decirles que los amo mucho, fueron mis fuerza para seguir adelante.

A los docentes que ayudaron a la formación y desarrollo de nuestro trabajo Profesional de Grado, le agradezco por su apoyo incondicional y a mi compañera de tesis Karla Paredes por su excelente trabajo en equipo.

KARLA AURA SOLÍS PAZ.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación es el resultado del esfuerzo que me ha permitido lograr los objetivos propuestos en mi vida profesional, un sincero agradecimiento a la Universidad Estatal de Milagro, a los docentes de la carrera de Comunicación Social, quienes con su experiencia y conocimientos supieron guiarme correctamente.

A los docentes que ayudaron a la formación y desarrollo de nuestro trabajo Profesional de Grado.

A Dios por ser el pilar fundamental en mi vida y hoy me permite llegar a una de mis metas propuestas. También a mis padres, esposo e hija, por su sincero apoyo y motivación y a Karla Solís mi compañera de tesis por su excelente trabajo en equipo.

KARLA PAREDES ROSADO

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

MÁSTER. JAIME OROZCO HERNÁNDEZ

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue *ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN)* y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de la Educación.

Milagro, 03 de Mayo del 2012

Karla Solís Paz

Firma del egresado (a)

C.I. # 0923369748

Karla Paredes Rosado

Firma del egresado (a)

C.I # 0927313064

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
EL PROBLEMA	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Problematicación.....	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.1.3 Formulación del problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del tema.....	5
1.2 OBJETIVOS.....	5
1.2.1 Objetivos Generales.....	5
1.2.2 Objetivos específicos.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II	8
MARCO REFERENCIAL	8
2.1. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1.1 Antecedentes históricos.....	8
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	9
2.1.3 FUNDAMENTACIÓN.....	14
2.2 MARCO LEGAL.....	20
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	21
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	24
2.4.1 Hipótesis general.....	24
2.4.2 Hipótesis particulares.....	24
2.4.3 Declaración de variables.....	25
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	26
CAPÍTULO III	27
MARCO METODOLÓGICO	27
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	27
3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	28
3.2.1 Características de la población.....	28
3.2.2 Delimitación de la población.....	28
3.2.3 Tipo de muestra.....	30
3.2.4 Tamaño de la muestra.....	31
3.2.5 Proceso de selección.....	32
3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.....	31
3.3.1 Métodos teóricos.....	31
3.3.2 Métodos empíricos.....	32
3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	33
CAPÍTULO IV	34
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	34
4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	34
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.....	41
4.3 RESULTADOS.....	42
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	42
CAPÍTULO V	43

PROPUESTA	43
5.1 TEMA	43
5.2 JUSTIFICACIÓN	44
5.3 FUNDAMENTACIÓN	44
5.4 OBJETIVOS	44
5.5 UBICACIÓN	45
5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	46
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	46
5.7.1 Actividades	47
5.7.2 Recursos, análisis financiero	50
5.7.3 Impacto	51
5.7.4 Cronograma	52
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	53
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES	55
BIBLIOGRAFÍA.....	56
LINCOGRAFÍA.....	57
ANEXOS	58

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1	
Clasificación de la Comunicación Audiovisual	23
Cuadro 2	
Operacionalización de las variables	26
Cuadro 3	
Estudiantes matriculados de la primero a noveno semestre de la carrera de Comunicación Social	29
Cuadro 4	
Expresarse sin miedo al público delante una cámara o micrófono	34
Cuadro 5	
Problemas de expresión oral y corporal	35
Cuadro 6	
Impartir talleres en la carrera	36
Cuadro 7	
Horarios de talleres de expresión oral y corporal	37
Cuadro 8	
Talleres prácticos	38
Cuadro 9	
Impartir talleres para superar el miedo escénico	39
Cuadro 10	
Falta de prácticas	40
Cuadro 11	
Recursos Humano	50
Cuadro 12	
Recursos Materiales	51
Cuadro 13	
Cronograma	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	
Expresarse sin miedo al público delante una cámara o micrófono	34
Figura 2	
Problemas de expresión oral y corporal	35
Figura 3	
Impartir talleres en la carrera	36
Figura 4	
Horarios de talleres de expresión oral y corporal	37
Figura 5	
Talleres prácticos	38
Figura 6	
Impartir talleres para superar el miedo escénico	39
Figura 7	
Falta de prácticas	40
Figura 8	
Plano del Cantón de Milagro	45
Figura 9	
Explicación del proyecto a los alumnos de Comunicación Social	61
Figura 10	
Dinámica aplicada a los estudiantes de Comunicación Social	61
Figura 11	
Estudiantes de Comunicación Social respondiendo la encuesta	62
Figura 12	
Estudiantes de Comunicación Social respondiendo la encuesta	62
Figura 13	
Estudiante de Comunicación Social respondiendo la encuesta	63
Figura 14	
Estudiante de Comunicación Social respondiendo la encuesta	63
Figura 15	
Entrevista con el Lcdo. Juan Carlos Cevallos, docente con experiencia en televisión	66
Figura 16	
Entrevista con el Msc. Luis Rosero Constante, docente con experiencia en medios impresos	66
Figura 17	
Entrevista con la Lcda. Kerly Lima de Vega, Directora de la radio Vegamega	68
Figura 18	
Entrevista con la Lcda. Kerly Lima de Vega, Directora de la radio Vegamega	68
Figura 19	
Entrevista con el propietario de radio Vegamega Presley Vega Moreira, Locutor profesional	70
Figura 20	
Entrevistados Lcda. Kerly Lima y Presley Vega Moreira	70
Figura 21	
Estudiante realizando dinámica	71

RESUMEN

El ser humano es un ser social por naturaleza, por lo cual para alcanzar sus metas y objetivos requiere de la comunicación con sus semejantes. Las personas necesitan compartir lo que observan, piensan y sienten a través de un lenguaje; por eso la comunicación se define como la creación de significados compartidos y por medio de diversos fenómenos simbólicos.

El lenguaje, como la comunicación, se considera de naturaleza social, pues nace en la gente y propicia la interacción de los grupos y la formación de sociedades. Los dos se complementan, ya que el lenguaje es un instrumento para comunicarse y la comunicación necesita del lenguaje para funcionar.

Al hablar de comunicación oral hablamos también de la lengua y el modo particular de expresarse de las personas y lo importante que es entenderse. Es por ello que el actual rol del comunicador es de expresarse de una manera correcta para que sea entendido por su audiencia adquiriendo credibilidad y profesionalismo.

Es evidente que los estudiantes de Comunicación Social tienen problemas a expresar sus ideas y pensamientos delante del público, en cámaras o micrófonos, los mismos que vienen arrastrándolos de la educación básica y que pueden perjudicar su carrera profesional como periodistas.

Con este proyecto brindamos estrategias prácticas para mejorar el desenvolvimiento oral y corporal de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro (Unemi), impulsando su desarrollo profesional.

ABSTRACT

Man is a social being by nature, by which to achieve their goals and objectives requires communication with their peers. People need to share what they observe, think and feel through a language; why communication is defined as the creation of shared meanings and through various symbolic phenomena.

Language as communication is of a social nature, because it rises in people and leads to the interaction of the groups and the formation of societies. The two are complementary, because that language is an instrument to communicate and communication needs of the language to function.

To talk about oral communication also speak the language and the particular way of expressing the people and how important it is to be understood. That is why the current role of the Communicator is to express themselves in a proper way so that it is understood by its audience gaining credibility and professionalism.

Is evident that Social communication students have problems to express their ideas and thoughts in front of the public on cameras or microphones, the same that are dragging them basic education and which can harm their careers as journalists.

With this project provide practical strategies for improving the oral and body development of students of Social communication of the State University of miracle, boosting their professional development.

INTRODUCCIÓN

La Comunicación Social en nuestra vida diaria juega un papel muy importante, la cual se encarga de investigar todo lo relacionado con la información que recibimos todos los días, en los medios masivos de comunicación, además de la expresión de las diferentes formas culturales de cada región. Éste es un campo demasiado importante para el desarrollo de la humanidad, ya que hoy día el mundo se mueve a través de la información que se recibe, ya sea a través del periodismo, la opinión pública, la mercadotecnia y la misma publicidad que interviene en el ser humano, haciendo que su calidad de vida cada vez sea más progresiva.

Por ello es muy importante resaltar, que la comunicación social debe ser muy bien estudiada, para que al dar la información que se quiera publicar a través de un medio masivo, ésta no vaya a traer efectos secundarios, que dañen la integridad o desarrollo del individuo.

En la vida nos encontramos con situaciones en que conocemos a personas que tienen un verdadero arte a la hora de comunicarse. Se comunican de manera extraordinaria, clara, fascinante y atrapan la atención del que lo escucha. Pero muchos no nacemos con ese talento, pero podemos aprender a comunicarnos de manera efectiva si nos lo proponemos y ponemos en práctica ciertos puntos claves.

Es por esto que nuestro proyecto se ha centrado en mejorar la expresión oral y corporal de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro (Unemi), en explotar de ellos el talento propio que tienen como comunicadores, y que puedan desenvolverse de manera natural y fluida ante las diversas circunstancias de la noticia y en cualquier medio de comunicación.

Con este proyecto buscaremos que los alumnos de la carrera adquieran experiencia y tengan un mejor nivel profesional, adquiriendo ventaja ante los comunicadores empíricos y logrando que los estudiantes de la Unemi se posicionen con facilidad en los medios de comunicación.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Dentro del desarrollo e investigación del problema se evidencia que los alumnos de Comunicación Social a lo largo de la carrera se preparan en géneros periodísticos, pero su gran falencia se evidencia en la expresión oral y corporal ante los medios de Comunicación Masiva (televisión y radio), generando en gran medida inconvenientes para que su información llegue en forma clara y precisa.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

En la actualidad, hay estudiantes de Comunicación Social con un mal dominio al expresar sus conocimientos y transmitirlo al público, más aun cuando es ante cámaras o micrófonos.

Este problema tiene consecuencias en el desarrollo académico de los estudiantes y, por ende, en su vida laboral como periodistas, donde se necesita mediante la oratoria y la expresión corporal, convencer y transmitir información que para el receptor debe ser clara y convincente.

Todos experimentamos nerviosismo¹ cuando se refiere a la práctica de hablar en público., la buena noticia es que todos podemos llegar a vencerlo, a veces llamado pánico escénico, timidez, reticencia², aprensión al discurso o algún otro término, el sentimiento es esencialmente el mismo: el miedo y la ansiedad a cerca de la interacción con el público.

¹ Estado de temor o ansiedad en torno a la interacción con el público.

²Reserva o falta de confianza.

Algo de este nerviosismo es cognoscitivo³, es decir, solemos pensar acerca de lo nervioso que nos sentiremos en esta situación.

Gran parte de nuestro nerviosismo es de comportamiento⁴, es decir, físicamente desplegamos ciertas características. Por ejemplo, tal vez experimentemos calambres abdominales, palmas sudorosas, resequedad bucal, y el uso de expresión de relleno, o muletillas.

Es por esto que nuestro proyecto va canalizado a mejorar este aspecto en el perfil profesional en los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

1.1.2 Delimitación del problema

Nuestra investigación se realiza en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, Ecuador

AREA: Comunicación

CAMPO: Periodístico

ASPECTO: Incidencia del mal desenvolvimiento oral y corporal de los alumnos de la Carrera de Comunicación

TEMA: *ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN).*

Milagro es la ciudad ubicada en la parte sur oeste de la provincia del Guayas, es la segunda ciudad más importante de la provincia, debido a su extensión territorial que es aproximadamente 403,60 kilómetros cuadrados. Es el cantón más densamente poblado del país. Según datos extraoficiales del VII Censo de Población y VI de Vivienda realizado en el año 2010 elaborado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, Milagro cuenta con 160.200 habitantes, mas una población flotante de 5 mil personas que por diversos motivos no se censaron en la ciudad.

El cantón limita por los cantones Jujan y Simón Bolívar al Norte; Yaguachi al Oeste y Sur y al Este Yaguachi y Naranjito. Su clima es húmedo con una temperatura máxima de 36°

³Pensar en el nerviosismo que se experimentará

⁴Características de nerviosismo desplegadas físicamente.

Cy mínima de 17°, se encuentra a 13 metros sobre el nivel del mar. Milagro tiene además el privilegio de estar asentado sobre un manto acuífero producto de los ríos subterráneo que lo atraviesan, lo cual hace que su suelo sea apto para todo cultivo.

Además la ciudad se llegó a convertir en un centro de distribución y comercialización de productos de primera necesidad, pero la mayor relevancia que obtuvo fue por la exportación de unos de los principales productos soporte de la economía, que es el azúcar, producto que es procesa aquí en nuestro cantón. En gran parte de la ciudad se nota el progreso de su infraestructura, como son sus parques, avenidas, edificios, centros comerciales etc.

La Universidad Estatal de Milagro es unos de los pilares fundamentales para el desarrollo profesional y tecnológico de los habitantes de la ciudad y sus alrededores, además aportando socialmente al desarrollo de esta región.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo incide la expresión oral y corporal en el desenvolvimiento de los profesionales de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro?

La problemática que existe entre los estudiantes de Comunicación Social al expresarse ante un auditorio y los miedos que desarrollan, que de algún modo afectan su rendimiento estudiantil y por ende su rendimiento laboral.

En la actualidad los medios de comunicación están saturados de personas sin estudios en comunicación, pero con un buen dominio escénico que cautiva al público en cualquiera de los ámbitos audiovisuales. Los estudiantes de Comunicación Social de la UNEMI debemos de prepararnos con más énfasis en el área de expresión oral y corporal, para poder competir profesionalmente con las personas que lo han aprendido en forma empírica

1.1.4 Sistematización del problema

- ¿Tienes los estudiantes de comunicación social problemas para expresar sus ideas y pensamientos?
- ¿Será la falta de vocabulario una de las causas del miedo escénico?
- ¿Inciden los nervios en el desenvolvimiento de los estudiantes delante de una cámara de televisión o un micrófono en radio?

- ¿La falta de práctica es uno de los factores del miedo escénico en los medios de comunicación audiovisual?
- ¿Es un problema mantener la atención del público centrada en el tema del que se está tratando?
- ¿Están los estudiantes inmersos en sus pasatiempos que utilizan el uso de jergas⁵ con el público?

1.1.5 Determinación del tema

ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN).

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Diseñar estrategias que mejoren la expresión oral y corporal para el desenvolvimiento profesional en los medios de comunicación audiovisual (Radio y Televisión), en los estudiantes de la carrera de comunicación social de la UNEMI.

1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar técnicas para la correcta expresión de los pensamientos e ideas en los estudiantes de la carrera de comunicación social.
- Elaborar estrategias que sirvan para enriquecer el vocabulario de los estudiantes de la carrera de comunicación social.
- Conocer y controlar los posibles miedos al hablar en público por parte de los estudiantes, permitiendo convertir el miedo en un estímulo positivo.
- Realizar prácticas constantes para controlar los nervios, y mejorar el desenvolvimiento ante los medios de comunicación (televisión y radio)
- Enriquecernos de un lenguaje apropiado que esté libre de jergas y de expresiones técnicas innecesarias.
- Hacer uso eficaz de la voz y del lenguaje no verbal para que el mensaje cobre vida en la mente del público y lo asimile mejor.

⁵ Es un lenguaje que forma parte de nuestra comunicación diaria. Por ejemplo: en el trabajo o pasa tiempos

1.3 JUSTIFICACIÓN

El ser humano tiene, por naturaleza, la necesidad de comunicarse. La acción de relacionarse con los demás es tan importante que significa incluso, la supervivencia misma del hombre. Esta necesidad se presenta desde que nacemos y es una constante en las diferentes etapas de nuestras vidas. Se dice que el ser humano es el único ser vivo capaz de elaborar complejos códigos de comunicación y de transmitirlos a futuras generaciones.

El poder y las habilidades de la comunicación han llevado a estudiarla y practicarla durante siglos. La comunicación tiene el potencial de moldear identidades, relaciones, ambientes y culturas. Comprende desde las pláticas informales con amigos, familiares y compañeros., hasta el uso de herramientas de comunicación tales como: el teléfono, el correo electrónico y el fax.

Los seres humanos somos animales sociales desde el momento en que nacemos necesitamos del contacto de otras personas para crecer y prosperar, utilizamos la comunicación para aprender más sobre las persona con las que interactuamos al hacerles preguntas y discutir sus respuestas. A través de la comunicación nos acercamos a otros y compartimos ideas, creencias y valore. Es por esto que la comunicación oral efectiva es muy importante.

La comunicación oral tiene la capacidad de utilizar la voz, los gestos y todos los recursos de expresividad de movimientos del hablante. La entonación de la voz, la gesticulación y los movimientos ayudan a interpretar con más exactitud el significado de los mensajes. Aunque muchas veces cometemos errores; usamos vocabulario con significados y pronunciación incorrecta; decimos frases incompletas; usemos repeticiones, redundancias, etcétera; sin embargo, para el escucha muchos de ellos pasan inadvertidos, por la rapidez o naturalidad del habla.

Mientras somos niños pasamos por cientos de horas aprendiendo a escribir, a sumar, a memorizar, o a recordar fechas históricas. Pero quien nos enseña a hablar en público, a comunicar, a persuadir o a convencer.

Paradójicamente, a pesar de que casi todos somos conscientes de la importancia que tendrá a lo largo de nuestra vida, simplemente no se enseña, o al menos no con la

importancia que tiene y una buena parte se deja a la suerte del destino. Esto no implica que no lo aprendamos, siempre lo hacemos, bien o mal pero lo hacemos.

El problema es que ese aprendizaje viene casi absolutamente a través de la experiencia. De hecho la fobia a hablar en público no es más que un patrón de comportamiento que nuestra mente ha aprendido para defenderse de una situación en la que supuestamente se corre un riesgo vital.

Algunas personas tuvieron la suerte de tener un entorno que les permitió ir aprendiendo paso a paso, para otros su familia, o el grupo de amigos. Pero cientos, de personas han tenido que aprender a hablar en público, en el colegio, mientras eran evaluados en historia, en inglés o en matemáticas y donde cualquier error podría significar reprobación o ser víctima de burlas por parte de tus compañeros.

Nadie se preocupó de explicar que aprender a hablar en público requiere un aprendizaje en sí mismo y que es vital un ambiente de respeto, que no se debe castigar el error porque es parte del aprendizaje, y que hay técnicas y habilidades que se deben conocer y dominar antes de transformarse en un buen orador.

Los estudiantes de comunicación social no son la excepción, a pesar de que a lo largo de la carrera se enseñan estilos y géneros periodísticos, al momento de expresarse en público muchos fracasan.

Sin embargo no deja de ser un problema para los profesionales de la comunicación. Es por esto que nuestro proyecto va dirigido a los alumnos de la carrera de comunicación social, que sirva de guía para que sus comunicaciones ante las grandes masas sean además de veraces creíbles y convincentes. Como lo dicta la Constitución de la República en su artículo 18: “Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general y con responsabilidad ulterior”.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

La necesidad de la comunicación mediante la expresión oral y corporal se incrementa en la sociedad actual en la medida en que esta se ha vuelto más abierta, pluralista y, por lo tanto, más compleja. Es innegable que en nuestro diario vivir debemos interactuar más con personas de diferentes lugares, de diversas opiniones, en distintos ambientes y a través de variados medios, situaciones con la que se requiere que tengamos la habilidad y competencia suficiente para hablar, relacionarnos con los demás y, de esta manera cumplir nuestros objetivos.

Para comunicarnos con los demás debemos llegar algún acuerdo sobre el lenguaje que utilizaremos y las reglas que regirán su uso. La comunicación depende del uso de símbolos que incluyen todas las palabras, imágenes, gestos y expresiones que utilizamos para representar nuestros pensamientos, ideas, creencias y sentimientos.

La expresión corporal es muy importante, consigue que el gesto sea diferente, ya que, cada persona es distinta, a través de lo que vemos (gesto, expresión) nosotros lo juzgamos y sacamos conclusiones.

El lenguaje a través del cuerpo tiene un gran significado, expresa lo que cada uno lleva dentro, el cuerpo tiene un lenguaje que tiene su vocabulario, su gramática y otros; tiene sus características, es un lenguaje por el que estamos muy influidos pero que desconocemos mucho.

Desde 0 a 3 años todas las manifestaciones se realizan a través del cuerpo, el único lenguaje que tienen es el lenguaje corporal. De 3 a 6 años también pero cuando progresivamente el niño aprende otros lenguajes estos abarcan todo dejando aparte el lenguaje corporal.

El lenguaje verbal predomina, por el, podemos decir verdad o mentira, mientras que el lenguaje corporal habla por debajo de la conciencia. El lenguaje corporal no lo podemos dominar, no somos conscientes de ello, pero los demás sí lo captan. En una conversación es mucho más importante el lenguaje corporal que el verbal y a través del lenguaje corporal se da mucha información que se nos escapa.

Al hablar, se cometen abundantes incorrecciones, se utilizan escasas palabras (aunque parezca lo contrario), muchas veces ni siquiera se rematan las frases, y es porque los gestos, la expresión del rostro, el tono de voz, la situación en que se habla, contribuyen a entender y ser entendido. En una palabra, todas estas cosas suplen la deficiencia de nuestro lenguaje oral.

La inmensa red de comunicación que nos rodea todos los días está compuesta por una serie de actividades que realizamos, en las que, para competir y sobresalir, es necesario conocer y utilizar comunicación estratégicas, que unida a los medios más adecuados para cada situación particular, llegara a incrementar las posibilidades del éxito.

2.1.2 Antecedentes referenciales

El profesional de la información tiene una responsabilidad social con y ante el telespectador que va más allá de las máximas de la objetividad y de la imparcialidad de la noticia. Si hay algo que más caracteriza y sustenta el trabajo periodístico en los medios de comunicación es el uso que hace del lenguaje, sin duda la herramienta fundamental del periodista, su tarjeta de visita, de presentación. La lengua y su materialización son la base de ese sistema de signos que oferta contenidos de una extraordinaria variedad e incidencia. Son el fundamento, y a partir de ahí se construye todo lo demás.

Una frase que viene a resumir la influencia de los medios en el uso del lenguaje es la de “lo han dicho en la tele”, que también fundamenta nuestros argumentos en discusiones sobre cómo ha de pronunciarse, por ejemplo, la capital de un país extranjero, el nombre

de un futbolista rumano o el acento de un pueblo remoto de la Sierra Espuña, por señalar unas posibilidades.

La sociedad, por costumbre, considera correcto todo lo que sale de la boca de los profesionales que presentan un informativo, pero, lamentablemente, no siempre es así porque caemos en la costumbre de no analizar la construcción de los discursos informativos.

En televisión, el lenguaje no solo se caracteriza por el texto, sino también por la imagen, el sonido, la voz y otros elementos que lo convierten en un vehículo del pensamiento más complejo y que merece una mayor coordinación para transmitir un resultado: **el mensaje audiovisual**.

Éste se caracteriza por ser más coloquial y cercano a la audiencia. De ser abrumador en detalles, descripciones y números y cifras estaríamos asistiendo a una translación literal de la prensa al soporte audiovisual. Es una suerte el hecho de que el lenguaje audiovisual transmita el mensaje valiéndose de distintos niveles -texto, imagen, sonido y voz-, lo que le permite hacer una narración múltiple y rica en matices.

El nivel textual que detectamos en las noticias, en los reportajes y en las informaciones en general, tiene la obligación de cumplir las siguientes pautas:

- **Claridad, brevedad y concisión:** no se permiten expresiones largas y estructuras literarias. Se trata de impactar, de llegar, y no de aburrir.

- **Acompañar a la imagen:** no tiene sentido locutar un texto que no se corresponde con la imagen en cuestión. Ha de haber lo que se llama “sintonía”.

- **Estructura sencilla:** ordenar las frases con el clásico Sujeto + Verbo + Predicado facilita la locución del texto. Esto que parece obvio no siempre se advierte. La práctica nos puede conducir a los resultados apetecidos.

La estructura de la información tiene 3 vertientes dignos de atención:

Pronunciación:

El tono, la intensidad o el timbre determinan la intención del mensaje. Si nos fijamos un poco en un relato televisivo veremos que así es.

Es lo que llamamos nivel fónico, que corresponde a la importancia de la locución. Aspectos fonológicos como el sonido y la voz caracterizan la forma de expresar una noticia.

La palabra en televisión responde a aspectos fonéticos como la intensidad, el tono, el timbre y la duración.

- **La interrupción de la frase:** Nos referimos a puntuar, poner comas y hacer enumeraciones en el texto sin criterio, lo que implica una falta de ritmo en la lectura y la posibilidad de ahogar la locución.

- **El estilo telegráfico:** Está relacionado con el orden de las palabras y en la pronunciación determina el acompañamiento forzado de las imágenes que complementan el texto.

- **La pronunciación de nombres propios:** Hay que respetar el origen del nombre propio. No obstante, hay una postura intermedia. Se traducen algunos.

- **Extranjerismos:** No se respeta el origen de un término, y lo castellanizan.

- **Cacofonía:** Falta de combinación en la sonoridad de las palabras.

- **Aliteración:** Repetición de un sonido o una serie de sonidos acústicamente semejantes y que dan mayor expresividad a la frase.

- **Paronomasia:** Dos vocablos en la misma frase que guardan parentesco etimológico.

Sintaxis: El diseño de nuestros textos cautivará la atención del espectador. De hecho, la sintaxis es uno de los contribuyentes del estilo en la redacción, Los principales rasgos sintácticos son:

- **El orden de las palabras en la frase:** El eje central de una pieza informativa responde a una frase. La colocación depende del interés que quiera sustentar el periodista al espectador.
- **Hipérbaton:** Las primeras frases son contundentes, gracias a la selección de los hechos que van a llamar la atención del espectador.
- **Estilo telegráfico:** Omisión del sujeto y el verbo para dar sensación de rapidez.
- **Elipsis:** Supresión de palabras que deberían estar gramaticalmente.
- **Estilo directo e indirecto:** El primero se caracteriza por una reproducción textual, que en televisión se apoya por una pausa en la locución para darle crear un efecto llamada. El estilo indirecto se precede del verbo decir -entre otros- junto con la elección del total o corte de declaraciones. Ambos estilos pueden combinarse.

Semántica:

Es la ciencia del significado, que, mediante el uso y la combinación del lenguaje, proporciona distinta interpretación. La creación de nuevas palabras -neologismos-, el uso del coloquialismo frente a un lenguaje más experto, los estereotipos o el rumor son algunos de los recursos dentro de la semántica que son dignos de atención porque, después de todo, el uso y el valor de significado que dan los medios a las palabras posteriormente se convierten en uso habitual, independientemente de si es correcto o no.

Veamos algunos recursos (ejemplos en este sentido se pueden ver en el mencionado libro de Carles Marín):

- **Cambio semántico:** Cuando se innova un significado en una palabra. Por ejemplo, pluma ya no se refiere solo a la unidad de la capa que envuelve a las aves, también es un adjetivo que califica las maneras afeminadas de un hombre. No obstante, conviene recordar que el uso de algunas palabras en el informativo puede desviar el objetivo de rigor periodístico que debe imperar en todo momento.

- **Siglas:** Por la oralidad de los informativos, por este carácter, se requiere solo usar las siglas cuando son sobradamente conocidas por los telespectadores. También se locutan las siglas para sustentar la fugacidad y el dinamismo que caracteriza el lenguaje en televisión.

- **Tecnicismos:** Cuando nos topamos con lenguaje especializado – medicina, biología – que debemos respetar porque no hay tiempo en 1 minuto de pieza informativa de dar detalles y de divulgar lo que significa – por ejemplo – una rotura en los esquioidiales. La mayoría de los espectadores de las informaciones en las que se usan tecnicismos suelen captar el significado mediante la imagen, pero lo ideal sería con una marcada rutina acompañar con una infografía la explicación de conceptos que no siempre se entienden a la primera. La entrada de información por la vista y el oído en este caso, como en otros, ayuda mucho.

- **Cultismos:** Este término se refiere a aportar palabras cultas. Después de todo, el uso coloquial del lenguaje en televisión siempre agradece dar a conocer expresiones del lenguaje culto – “in extremis”, “a priori” -. Lo importante es usarlas en el contexto y momento adecuado para que el telespectador las entienda y pueda levantarse del sillón habiendo aprendido algo nuevo.

- **Esteriotipos y frases hechas:** No aportan ninguna expresión nueva – ha dado luz verde, apuesta por el diálogo -, y se ciñen a resultar familiares al espectador. En su trabajo con el lenguaje, el periodista debe reflexionar sobre el uso de las frases hechas y los estereotipos y cambiarlas por nuevas expresiones. El abuso de estas expresiones representa y reflejan el empobrecimiento del vocabulario y la falta de expresividad del comunicador.

- **Adaptación de frases hechas:** Es la antesala a la creatividad en el lenguaje periodístico. Un recurso que consiste en modificar algunas palabras de la frase hecha dotándola de nuevo significado.

- **Proverbios:** Suelen acompañar a la entradilla o al final de la pieza informativa. Invitan a la reflexión o dotan de una moraleja a la historia.

- **Eufemismos:** Emblandecen la crudeza del lenguaje. Tiene distintas funciones, entre ellas, manipular y rebajar la importancia de un asunto. Suele ceñirse a directrices de los editores o los directivos de la empresa.

- **Epítetos y figuras retóricas:** La magnificación o el uso de la metáfora, la metonimia, la personificación, entre otros recursos propios de la literatura, depende de la

sección en la que se encuadre y en la que difundamos la noticia. No tiene rigor informativo calificar de grandiosa la actuación de Zapatero en el Congreso de los Diputados cuando lo correcto es ser aséptico y no entrar en calificaciones. Muy al contrario es normal considerar magistral el gol de un jugador del Valencia ante el Chelsea en una competición europea pues, aunque el hecho es un gol, en este tipo de informaciones caben las interpretaciones. Por lo tanto, los recursos expresivo-literarios en televisión dependen del contexto informativo ante el que nos encontremos. Hay que saber valorar esto.

Pronunciación, léxico y semántica son facetas del lenguaje en televisión que tienen su ciencia y sus funciones para perpetrar el mensaje de nuestras noticias. En televisión la oralidad del mensaje se ve determinada por la brevedad, la claridad y la concisión en nuestras palabras.

En este trabajo hemos analizado algunas de las múltiples dinámicas que los periodistas emulan para construir el lenguaje televisivo. Como apreciamos, en el caso de la televisión no solo se trata de brindar precisas palabras, sino también de saber comunicarlas en un contexto o con unos adornos determinados.

2.1.3 FUNDAMENTACIÓN

COMUNICACIÓN

Comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es decir, es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, cuando intercambia ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes. Varios autores¹, definen este fenómeno llamado comunicación.

La comunicación tiene un propósito de entendimiento, es decir pretende lograr algo en común que intentan compartir.

Los diversos modos en que en que los seres humanos intercambiamos ideas, desde la señal, el gesto o la imagen, hasta la palabra hablada o escrito, todos los signos, símbolos y medios por los cuales transmitimos significados y valores a otros seres humanos, constituyen lo que llamamos formar de expresión (Paoli, 1985:67).

Expresión

La palabra expresión proviene del término latino *expresus* que significa “exprimido” “salido”.

Para transmitir una expresión basta con sacarla, se dé o no la recepción por parte de otra personas. En cambio, el concepto de comunicación proviene del prefijo latino *cum*= con y *munus*= común, donde se deriva *communis*, que quiere decir “comunidad” o “estado en común” (Fernandez collado y L. Dahnke 1986:3).

Al revisar los conceptos de expresión y comunicación, la diferencia básica que observamos es la siguiente: para expresar basta con sacar algo de nosotros mismos; en cambio, para comunicar no supone solo sacar ideas o sentimientos y transmitir a otros, el verdadero sentido de la comunicación esta en nuestra intención de enviar mensajes para provocar una respuesta en los demás, pues dicha respuesta es la que nos permitirá saber que fuimos comprendidos por los demás.

Con base en las definiciones citadas, hay comunicación cuando en una expresión que corresponde a la realidad de un sujeto hay intercambio de ideas con otro u otros; cuando existe la intención psicología de unión; cuando dos o más individuo logran pensar y sentir en tal forma que las ideas de unos se vuelven bienes compartidos de los otros: se hacen comunes.

LENGUAJE

El medio por el que nos comunicamos los seres humanos se llama lenguaje, el cual se puede definir como “un conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa” (Morris 1985:37). En sus orígenes, el hombre se comunicaba con lenguajes no verbales, mediante su cuerpo y sus órganos sensoriales: la voz, el gesto, los movimientos, los ojos. Cada forma, sonido o identificación humana constituía una señal que identificaba a un hombre con otro, relacionaban una cosa con otra, iban de un territorio a otro; por eso el lenguaje es la “facultad propia del hombre para las expresión de sus ideas” (Blak y Haroldsen, 1980:7) y se considera “el vehículo primario para la comunicación” (Ferre, 1994;25) .

El lenguaje nace como el más trascendental de los inventos que ha desarrollo el hombre para comprender su mundo, y desempeña una función central en las sociedades civilizadas, pues influye tanto en su nivel de desarrollo y progreso como en el del conocimiento. Al igual que la comunicación, el lenguaje tiene una naturaleza social,

pues los humanos tenemos facultad de hacernos entender por otros medios (sonidos, mímica, dibujos, etc.), aunque ningún lenguaje funcionaría si no existiría la interacción humana.

FUNCIONES DEL LENGUAJE

Buhler (citado en El Lenguaje de J. Roca Pons, 1973:13) distingue tres funciones transcendentales del lenguaje que acompañan las intenciones básicas del hombre cuando quiere comunicarse con otro:

1. LA FUNCIÓN REPRESENTATIVA

Es aquella por la cual el lenguaje llega a transmitir un contenido. Requiere un sistema de signos representativos de sucesos o cosas. Es propia solamente del hombre, que es capaz de simbolizar con ideas su realidad.

2. LA FUNCIÓN EXPRESIVA:

Es la que manifiesta el estado psíquico del hablante. A diferencia de la anterior, esta función también puede encontrarse en las expresiones de ciertos animales; por ejemplo, las aves cuyo canto no es un llamado a las aves vecinas, sino una expresión de su estado afectivo. En la comunicación del hombre dicha función se manifiesta con singular claridad y es notoria, sobre todo, en el lenguaje de los niños.

3. LA FUNCIÓN APELATIVA O DE LLAMADA:

Por medio de esta se actúa sobre el oyente para dirigir o atraer su atención. Puede compararse con las señales de tránsito de las grandes ciudades o, por ejemplo, con el ladrido del perro que ahuyenta. El lenguaje es, en primer término, una llamada al oyente.

EL LENGUAJE VERBAL

“Es el atributo que distingue notablemente al hombre” (Blake y Haroldsén, 1980:7) y pertenecen a la gente, a los grupos, a los países. Con el lenguaje verbal las ideas se traducen en palabras. Las palabras tienen que ver con los cambios de pensamiento y con la evolución de nuestros pueblos en todas sus actividades; tales cambios influyen en los distintos modos de decir o nombrar las cosas; surge así otro término ligado a la expresión, al lenguaje y a la comunicación humana: la lengua.

LENGUA

Es la manera en que un grupo o una sociedad utilizan el lenguaje verbal acorde a su región, forma de vivir y comportarse.

Como explica Fernand de Saussure, el habla es el uso, el instrumento individual, y la lengua la estructura, el tejido gramatical, el pensamiento organizado de un pueblo o una sociedad; la lengua es la que une a las personas y, en gran medida, hace a una nación (Ferrer 1994:29).

Es así como expresión, lenguaje, lengua y habla se funde en el concepto de comunicación; el lenguaje es “el sistema de signos articulado que denota un significado y sirve como vehículo para la interacción.” La lengua es “la red compleja, cambiante, de adaptaciones diversas, según el modo de vivir de cada pueblo” (Edwar Sapir, citado por Ferrer, 1994:20-30). El habla y la expresión son de uso individual. De aquí la frase popular: Quien no habla con los demás y como los demás, corre el riesgo de no ser entendido.

IMPORTANCIA DE LA EXPRESIÓN CORPORAL HISTORIA DEL CINE MUDO

La primera película muda fue creada por Louis Le Prince en 1888. Era un filme de dos segundos que mostraba a dos personas caminando alrededor del jardín Roundhay Garden, se tituló La escena del jardín de Roundhay.

El arte de la cinematografía alcanzó su plena madurez antes de la aparición de las películas con sonido, a finales de los años 20. Muchos eruditos sostienen que la calidad estética del cine disminuyó durante varios años hasta que directores, agentes y el personal de producción se adaptaron al nuevo "cine sonoro". La calidad visual de las películas mudas -especialmente las producidas durante los años 20- era a menudo muy alta. Sin embargo, hay una falsa y muy frecuente idea, de que estas películas eran primitivas y de mala calidad comparadas con los estándares modernos. Esta falsa concepción es debido a que tales películas presentaban errores técnicos (tales como películas reproducidas a velocidad incorrecta) y debido al deterioro de muchas películas mudas (muchas grabaciones existen solamente gracias a las copias de segunda o incluso tercera

generación que se hicieron, debido a que el filme original estaba ya dañado y descuidado).

Los pueblos pequeños tenían un piano para acompañar las proyecciones. Pero las grandes ciudades tenían su órgano, o incluso una orquesta completa, la cual podía ejecutar algunos efectos sonoros.

Técnicas de actuación

El cine mudo requería un mayor énfasis en el lenguaje corporal y en la expresión facial, para que la audiencia pudiera comprender mejor lo que un actor estaba representando en la pantalla. Vistas retrospectivamente, algunas películas de la era muda pueden resultar extrañas, ya que puede dar la impresión que los actores sobreactúan de manera exagerada. Debido en parte a esto, las comedias mudas tienden a ser más populares actualmente que los dramas, porque la sobreactuación resulta más natural en una comedia. No obstante, en algunas películas mudas las actuaciones son más sutiles, dependiendo del director y de la habilidad de los actores. La sobreactuación era un hábito que los actores frecuentemente arrastraban de la escena teatral, y los directores más familiarizados con el nuevo medio la desalentaban.

EXPONENTES DEL CINE MUDO

Los exponentes del cine mudo fueron Joseph Francis Keaton, Charles Chaplin entre otros.

Joseph Francis Keaton

Joseph Francis Keaton nació en 1895, en Pickway (Kansas), falleciendo en Hollywood en 1966. Hijo de dos cómicos ambulantes, Joseph y Myra Keaton, "Los dos Keaton", el pequeño apareció en escena cuando sólo contaba un año de edad. Es considerado una de las más importantes figuras de la historia del cine por haber entendido mejor que cualquiera de sus contemporáneos el significado y las posibilidades del cine. En sus obras, muy apreciadas tanto por el público como por la crítica, estableció una interesante comunicación con el espectador, exploró la elasticidad del tiempo y realizó bromas inolvidables que siguen gustando a cuantos las ven. Lo más admirable de esta mente privilegiada es su capacidad de improvisación y la creación de innumerables situaciones

en las que combinó un rostro impasible y un cuerpo capaz de hacer cualquier acrobacia, realizando así situaciones divertidas, alocadas y a menudo absurdas.

Charles Chaplin

Actor director, guionista y músico de origen británico (Londres, 1889-Corsier-sur-Vevey, Suiza, 1977). Autor completo, puede que el primero en la cronología cinematográfica, en todo el sentido de la palabra (él mismo escribió la música de sus películas sonoras), Charles Spencer Chaplin encarnó el cine para millones de personas durante varias generaciones, Chaplin era un cómico genial cuyos trabajos darían brillo a la pantalla. Su sola presencia era suficiente para asegurar el éxito comercial de una película. Fue la primera estrella internacional y una leyenda viva desde su juventud, rompiendo con cada nueva producción los récords de taquilla anteriores.

Desde el surgimiento del cine hubo un antes y un después en el mundo. El cine mudo marco una etapa importante. Lógicamente el cine mudo comenzó de esta manera por el hecho de que todavía no podían incorporar el audio o los efectos sonoros.

En el 2012 el director francés, **Michel Hazanavicius**, rindió homenaje al cine mudo con la película “The Artist” ambientada en 1927. En plena crisis ya del cine mudo, cuenta una historia de amor, orgullo, fama y cine. Recordándole al público los inicios de la magia del cine y lo talentosos que fueron los actores emblemas de esta época, destacados por su magnífica expresión corporal que transmitía al público una serie de emociones y sentimientos.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Los medios de comunicación de masas son canales de comunicación a través de los cuales fluyen mensajes que han sido creados por unos pocos para que los reciban muchos.

Los medios adoptan múltiples formas: periódicos, revistas, libros, tebeos, fotografías, radio, televisión, videocintas, videojuegos, carteles, etc. y cada uno tiene una estructura propia y una manera de intervenir en la realidad.

Ya a mediados de los 70 se estimaba que los niños entre cinco y catorce años dedicaban un 44 por 100 más de su tiempo a ver la televisión que a aprender en la escuela. El

británico adulto medio dedica 75 horas semanales de media a la televisión, radio, periódicos y revistas.

Esta cifra indica la saturación a la que estamos sometidos cuando tenemos puesta la tele o la radio, mientras desarrollamos una tarea en el hogar o en el trabajo, etc. Pero no es sólo el tiempo que dedicamos a los medios lo que los hace significativos; los medios son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, de maneras de ver y entender el mundo.

Una gran variedad de funciones de los medios afecta nuestra vida diaria. Los medios de comunicación juegan un papel diferente para los individuos y la sociedad en su conjunto. Los mensajes suelen verse afectados por la forma de los medios. Algunos mensajes tienen un impacto inmediato, mientras que otros traen consecuencias de largo alcance.

LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

El mayor acontecimiento, en relación con la cultura, tanto artística como intelectual, en el campo de la comunicación de masas, ha sido el desarrollo de la televisión.

La televisión es el medio colectivo más eficaz y poderoso, puesto que influye en las opiniones y en las actitudes del hombre de manera más efectiva que otros. La identificación con que lo entrega y la credibilidad en ella, es mayor que la que ocurre con la prensa y la radio.

La importancia de la televisión como un fenómeno de tipo social y psicológico, las ciencias se ven en la necesidad de resolver tres problemas fundamentales: analizar sus características principales, examinar su campo de comunicación y los procesos que incluyen y por último, investigar los efectos que produce.

LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescuchas, se requiere de una planeación para que se logre una radiodifusión; esta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra de los sonidos. En relación con otros medios de comunicación, la radio genera una situación comunicativa muy particular, en la que emisor y receptor se ven sin ser vistos, en la que se perciben espacios sin ser

percibidos, en la que, sobre la nada, se dibujan mares, ríos, montañas, animales, rostros, sonrisas, tristezas,... La radio, como muchas veces se ha dicho, es un medio ciego, pero también es, al mismo tiempo, un mundo a todo color.

2.2 MARCO LEGAL

Sección quinta

Educación

Art. 26.- La educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27.-La educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

La educación es indispensable para el conocimiento, el ejercicio de los derechos y la construcción de un país soberano, y constituye un eje estratégico para el desarrollo nacional.

Art. 28.-La educación responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos. Se garantizará el acceso universal, permanencia, movilidad y egreso sin discriminación alguna y la obligatoriedad en el nivel inicial, básico y bachillerato o su equivalente.

Es derecho de toda persona y comunidad interactuar entre culturas y participar en una sociedad que aprende. El Estado promoverá el diálogo intercultural en sus múltiples dimensiones.

El aprendizaje se desarrollará de forma escolarizada y no escolarizada.

La educación pública será universal y laica en todos sus niveles, y gratuita hasta el tercer nivel de educación superior inclusive.

Art. 29.-El Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural.

Las madres y padres o sus representantes tendrán la libertad de escoger para sus hijas e hijos una educación acorde con sus principios, creencias y opciones pedagógicas.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

La comunicación constituye una experiencia compartida entre seres humanos que emiten e interpretan simultáneamente los mensajes a través de los procesos de codificación y decodificación; manejando los siguientes elementos de la comunicación:

Emisor: La persona que inicia o adelanta el proceso de la comunicación al regenerar un mensaje.

Perceptor: La persona que percibe, interpreta y comprende el mensaje y lo devuelve.

Codificación: La emisión y la creación de un mensaje como comunicador traducen ideas, pensamientos y sentimientos a símbolos.

Decodificación: La interpretación de un mensaje al descifrar símbolos de ideas, pensamientos y sentimientos comprensibles y significativos.

Canal: Los medios que transmiten mensajes entre comunicadores.

Mensaje: Expresión simbólica de ideas pensamientos y sentimientos.

Los elementos de la comunicación son utilizados según el escenario de comunicación, con este amplio término se califica a todo lo referido a la cantidad de comunicadores, al tipo de relación y a la naturaleza de la interacción ya que la comunicación cambia mucho de un escenario a otro, tales como:

Comunicación intrapersonal: Un diálogo interno con nosotros mismos “autoplásticas”.

Comunicación interpersonal: Interacción entre un grupo pequeño de personas.

Comunicación en grupos: Interpretación entre tres a siete personas que se comunican temporalmente para alcanzar alguna meta u objetivo.

Comunicación pública: Interacción con grandes cantidades de personas.

Comunicación mediática: Se presenta cuando los comunicadores utilizan algún tipo de tecnología, incluyendo la televisión, la radio, la cinematografía, los periódicos o internet. Cada escenario tiene cualidades particulares que lo distinguen de otras **situaciones**.

Aquí se presentan diferentes tipos de clasificación que nos permitan ubicar la Comunicación Audiovisual.

CUADRO 1. Clasificación de la Comunicación Audiovisual

Criterio	Tipo		Explicación	Ejemplo
Grado de participación de Emisor y Receptos Tipo de E y R	Reciproca		Cambios continuo de papeles entre E y R	Dialogo, conversación....
	Unilateral		Solo se da un ciclo comunicativo, sin intercambio	Cartel publicitario, anuncio, TV, etc.
	Interpersonal		De persona a persona: Lenguaje oral especialmente	Conversación
	Colectiva o de masas		Cuando el receptor es una colectividad	TV, radio, cine, etc.
Tipo de código	Lenguaje verbal		A través del lenguaje natural	Comunicación oral y escrita
	Lenguaje no verbal		Códigos audiovisuales	Señales, cine, fotografía, sonido..
Tipo de mensaje	Privada		Es cerrada, no trasciende el ámbito personal	Conversación, cartas
	Publica		Es abierta, se dirige a un publico	Cine, TV, anuncio, comunicado, noticias, etc.
Naturaleza del canal	Fisiológico	Táctil Auditivo Visual		Comunicación verbal, lenguaje de signos, etc.
	Técnicos	Audiovisuales	Canales electrónicos, digitales o fotoquímicos que transporta la señal a través del espacio y del tiempo	Radio, TV, registro sonoro, registro fotoquímico, registro cinematográfico, registro electrónico, registro digital

Mientras que la comunicación interpersonal se realiza cara a cara, directamente, sin intermediarios, de manera inmediata y con un grupo reducido de personas, la comunicación de masas o a través de tecnologías, es indirecta, inmediata, transmitida a través de una distancia de espacio, tiempo o de espacio-tiempo.

La comunicación indirecta se caracteriza por la asunción de diferentes concepciones en la relación espacio-tiempo.

La distancia puede ser: temporal (señales, palabra emitida); espacial (telefonar, comunicación radiofónica y televisiva en directo, videoconferencia, comunicación on line a través de internet); tempero-espacial (transmisión de mensajes por imprenta, casetes, disquetes, programas de radio y televisión enlatados).

En un proceso comunicativo indirecto el emisor y el receptor están unidos por un medio tecnológico: la imprenta, el teléfono, la radio, la correspondencia, la televisión, la prensa, un multimedia, una videoconferencia o Internet. Los mensajes que se articulan a través de la mayoría de estos medios suelen transmitirse en una sola dirección y de forma unilateral, a veces motivada por las limitaciones del propio medio y otras por la propia concepción comunicativa del emisor del mensaje que refuerza este tipo de modelo. Hay pocos medios que permiten la interactividad en tiempo real: la videoconferencia y la comunicación online a través de Internet.

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis general

Con la aplicación de estrategias pedagógicas en expresión oral y corporal para la formación de los estudiantes de Comunicación Social de la UNEMI, optimizaría su desenvolvimiento profesional.

2.4.2 Hipótesis particulares

Una de las principales falencias en la formación de comunicadores sociales, sería la carencia de facilidad para expresar sus ideas.

- Mejorarían los estudiantes de comunicación social los problemas para expresar sus ideas y pensamientos con talleres que los impulsen a desarrollar su talento en el arte de expresarse en público.

- Deberían enriquecer su vocabulario de manera que proporcione fluidez al momento de hablar delante una cámara o un micrófono, la lectura de libros es una buena opción para obtener un extenso vocabulario.
- Podrían los estudiantes de comunicación social superar los nervios obteniendo la práctica y el conocimiento suficiente.
- Practicarían los estudiantes de comunicación social constantemente en los talleres de expresión oral y corporal mejorando así su desenvolvimiento escénico en televisión y radio.
- Mantendrían la atención del público investigando el tema a tratarse para que el mensaje llegue de manera clara y precisa.
- Descartarían el uso de jergas al momento de expresarse de manera profesional.

Conceptualización:

Los estudiantes de Comunicación Social no tendrían la oportunidad de realizar capacitaciones con profesionales en el arte de informar y entretener, lo cual los arrastraría a un fracaso laboral. Ya que no tendrían la suficiente experiencia lo que generaría temor al momento de expresarse en público o ante un medio de comunicación.

Los talleres se realizarían con el fin de que los estudiantes adquieran los conocimientos necesarios y lo pongan en práctica en su desarrollo académico y laboral.

2.4.3 Declaración de variables

VARIABLE INDEPENDIENTE

La aplicación de estrategias pedagógicas en expresión oral y corporal.

VARIABLE DEPENDIENTE

Optimizarel desenvolvimiento profesional de los estudiantes de comunicación social de la Unemi.

2.4.4 Operacionalización de las variables

CUADRO 2. Operacionalización de las variables

Variable	Concepto	Indicador	Instrumento
La aplicación de estrategias pedagógicas (andragógicas) en expresión oral y corporal.	Estrategias pedagógicas.	Formulación de talleres que promuevan la actividad continua para desinhibir a los estudiantes.	Observación directa.
	Expresión oral y corporal.	La expresión fluida tanto oral como corporalmente por parte de los estudiantes, durante un proceso de comunicación.	Observación Directa. Encuestas. Entrevistas.
Optimizar el desenvolvimiento profesional de los estudiantes de comunicación social de la Unemi	Prácticas profesionales	Desenvolverse de manera profesional ante una cámara o un micrófono adquiriendo una base de conocimientos estable para desenvolverse ante los medios de comunicación	Observación directa

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

Nuestro estudio en este proyecto tiene como base el mejorar la expresión corporal y oral de los estudiantes de Comunicación Social. Que sirva para difundir un buen desarrollo en sus actividades tanto académicas como profesionales, para que el estudiante tenga más oportunidades a futuro.

Se maneja investigación de campo tales como encuestas, entrevistas, test, con el propósito de recoger todo tipo de información que ayude a producir las nuevas estrategias de expresión oral y corporal.

El proyecto se fundamenta en las investigaciones de campo, que consiste en indagar las opiniones de cada persona que integran la colectividad universitaria, asimismo de ser bibliográfica porque manejaremos información de libros e internet.

En este contexto el proyecto *“ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN)”*

Tendrá validez y vigencia de primer orden, que logrará un estudiantado lleno de conocimientos y con considerable desenvolvimiento ante un medio de comunicación.

Comunicación.

Factible:

Las investigaciones realizadas nos permitirán plantear este proyecto en el cual promoveremos estrategias de comunicación. Se intercambiará ideas en los talleres que realizaremos, con el objetivo de que el aprendizaje de técnicas para expresarse sea práctico.

Descriptiva:

Esta investigación nos permitirá darnos cuenta de la realidad y de las necesidades que tienen los estudiantes de Comunicación Social de talleres sobre expresión oral y corporal.

De campo:

Al encuestar a los estudiantes de comunicación, averiguamos sobre la necesidad de contar con talleres que impulsen estrategias para desarrollar la expresión oral y corporal.

3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**3.2.1 Características de la población****La población y muestra**

Para poder ejecutar el proyecto tenemos que realizar una investigación dentro de la Universidad Estatal de Milagro.

Población:

Este proyecto será efectuado en la Universidad Estatal de Milagro, ubicado en el cantón Milagro, en el kilómetro 1 ½ de la vía Virgen del Cisne. Está conformada por 5 Unidades Académicas que ofertan 16 Carreras de Pregrado según lo aprobado por el SENESCYT el 20 de enero de 2012 en la ciudad de Quito. Para el periodo 2011 – 2012, se matricularon en total 4.550 estudiantes. La planta docente está conformada por 288 educadores.

3.2.2 Delimitación de la población**Delimitar la población**

La unidad de Ciencias de la Educación y la Comunicación, está conformada por 1423 estudiantes matriculados, tomaremos la muestra que corresponde a la carrera de Comunicación Social que es de 234 estudiantes.

3.2.3 Tipo de muestra

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN

CUADRO 3. Estudiantes matriculados de primero a noveno semestre de la carrera de Comunicación Social.

PRMERO	C1	45
SEGUNDO		00
TERCERO	C1	19
CUARTO	C1	29
QUINTO	C1	18
SEXTO	C1	47
SEPTIMO	C1	23
OCTAVO	C1	26
NOVENO	C1	27

TOTAL MATRICULADOS 234

No hay estudiantes matriculados en el segundo nivel por el vacío generado para la operación del curso propedéutico, según lo dicta el reglamento interno de la UNEMI.

Elegir el tipo de muestra

Los 234 estudiantes matriculados en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro, fueron encuestados para llevar a cabo este proyecto, considerado este como el universo.

Aplicar el procedimiento de selección

Interpretamos datos estadísticos de encuestas y sondeos de la información adquirida a través de entrevistas, encuestas y observaciones personales. Esta información será analizada y estructurada a través de un documento llamado proyecto.

3.2.4 Tamaño de la muestra

Tomando esta como una población finita, definimos el tamaño de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N p q}{\frac{(N-1) E^2}{Z^2} + p q}$$

Definiendo:

- n: Tamaño de la muestra.
- N: Tamaño de la población. (123)
- p: Posibilidad de que ocurra un evento, $p = 0,5$
- q: Posibilidad de no ocurrencia de un evento, $q = 0,5$
- E: Error, se considera el 5%; $E = 0,05$
- Z: Nivel de confianza, que para el 95%; $Z = 1,96$

Diríamos entonces que:

$$n = \frac{(234)(0,5)(0,5)}{\frac{(123 - 1) (0,05)^2}{(1,96)^2} + p q}$$

$$n = \frac{58,5}{\frac{(122) (0,0025)}{(3,8416)} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{30,75 \quad 30,75}{0,079 + 0,25} = \frac{30,75}{0,329}$$

$$n = 177,81$$

Muestra:

La selección de la muestra será probabilística proporcional distribuido en cada uno de los niveles tomados que conforman la carrera de Comunicación Social. De ahí la selección será aleatoria simple.

En cuanto a los docentes, el universo de la carrera de Comunicación Social es de 14. Todos ellos serán parte de la investigación, por la importancia de criterios que aportarán mediante sus contenidos, su metodología y la trascendencia de las asignaturas en la formación del perfil profesional de los estudiantes.

3.2.5 Proceso de selección

El universo seleccionado para realizar las encuestas fueron los estudiantes de primer a noveno semestre de comunicación con una totalidad de 234 matriculados el periodo octubre del 2011 hasta febrero del 2012.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**3.3.1 Métodos teóricos****Métodos y Técnicas**

Los sondeos fueron aplicados a la comunidad universitaria, preguntas que consistían en el método de capacitación ofrecido por nuestro proyecto. Además entre las herramientas usadas para recopilar la información fueron: Entrevistas, encuestas, páginas Web y libros.

Métodos Inductivos:

Se aplicará cuando obtengamos los resultados y análisis de la investigación para posteriormente aplicarlas en el proyecto.

Método Deductivo:

Aplicaremos este método para la elaboración del marco teórico, que nos permitirá observar cómo se desarrolla la problematización y la calidad de nuestro proyecto como recurso al problema de la carencia de la expresión oral y corporal en los alumnos de comunicación social.

Método Matemático:

Utilizaremos este método por las estadísticas luego de la recolección de datos a través de las encuestas, entrevistas. Las cuales tendrán que ser calculadas para llevarlos a una interpretación.

Método Analítico y Sintético:

Emplearemos este método cuando tomemos los resultados de nuestro diagnóstico, para establecer un análisis de los métodos que se aplicaran en nuestro proyecto. Las técnicas que utilizaremos son:

3.3.2 Métodos empíricos**Encuesta:**

Se destinará a las personas que integren la carrera de comunicación social de la Universidad Estatal de Milagro.

Entrevistas:

Esta se realizará a los docentes de la carrera de Comunicación Social, con experiencia en medios de comunicación.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

Harás un proceso estadístico matemático donde establecerás porcentajes, tendencias y demás, a través de una tabulación y estableciendo los gráficos correspondientes.

Las entrevistas nos servirán para obtener datos de los especialistas (docentes) para fortalecer nuestra propuesta y mejorar los puntos que hemos establecido como problemática de la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

1.- Puede usted expresarse sin miedo en público, delante de una cámara o micrófono.

CUADRO 4. Expresarse sin miedo al público delante de una cámara o micrófono

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Nunca:	178 alumnos	76 %
A veces:	32 alumnos	14 %
Siempre:	24 alumnos	10 %
TOTAL	234 alumnos	100%



Figura 1 Expresarse sin miedo al público cámara o micrófono

- ❖ El resultado que nos arrojó las encuestas en la primera pregunta muestran que los estudiantes sienten temor para expresarse en público, debido a la falta de seguridad y poca experiencia para expresar sus ideas de manera frecuente.

2.- Su problema de expresión oral y corporal proviene de una deficiencia de enseñanza de escuela o colegio. Por ejemplo motivación a la oratoria o el teatro.

CUADRO 5. Problemas de expresión oral y corporal

Crterios	Frecuencia	Porcentaje
Si	177 alumnos	50 %
No se:	111 alumnos	47 %
no:	6 alumnos	3 %
TOTAL	234 alumnos	100%



FIGURA 2. Problemas de expresión corporal

- ❖ En esta pregunta se comprueba que la deficiencia en la expresión oral y corporal se arrastra desde la falta de motivación en la educación primaria y secundaria, en concurso de oratoria o teatro.

3.- Le gustaría a usted que la carrera imparta talleres de cómo expresarse delante de los medios de comunicación. Ej. Televisión y Radio

CUADRO 6. Impartir talleres en la carrera

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	210 alumnos	84 %
A veces:	16 alumnos	10 %
No me gustaría:	8 alumnos	6 %
TOTAL	234 alumnos	100%



FIGURA 3. Impartir talleres en la carrera

- ❖ Los estudiantes de Comunicación Social si están de acuerdo en recibir talleres para mejorar su expresión delante de los medios de comunicación.

4.- En qué horario le gustaría a usted que los talleres de expresión oral y corporal se realicen.

CUADRO 7. Horarios de talleres de expresión oral y corporal

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Los fines de semana	282 alumnos	78 %
Por las noches:	32 alumnos	14%
Por las tardes:	20 alumnos	8%
TOTAL	234 alumnos	100%

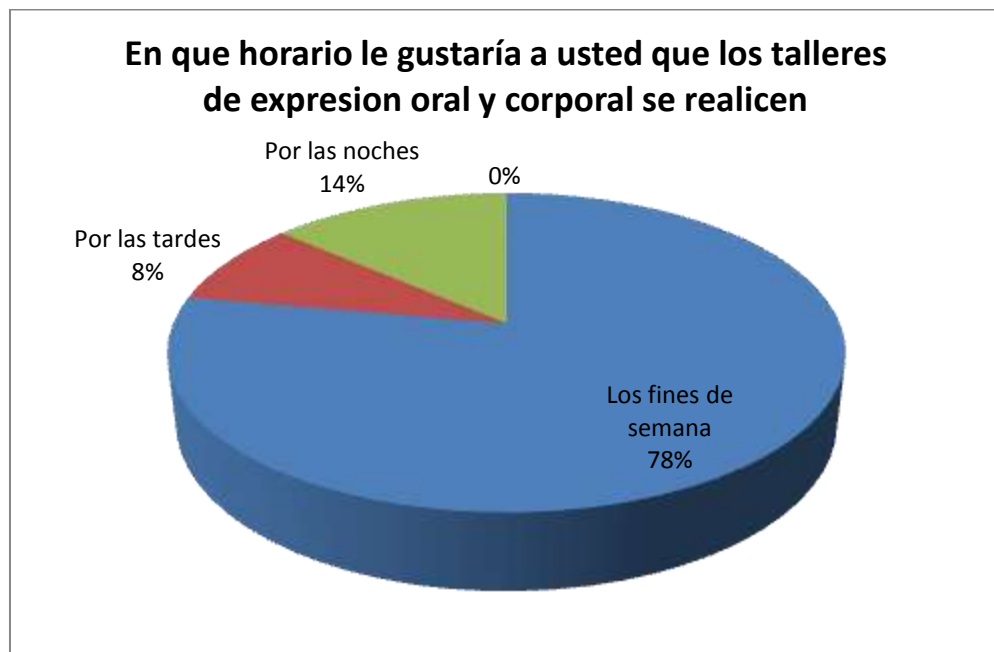


FIGURA 4. Horarios de talleres de expresión oral y corporal

- ❖ La carrera de Comunicación Social, únicamente se imparte en horario nocturno, la mayoría de los estudiantes trabaja. Es por esto que en el resultado de la encuesta en su tercera pregunta los estudiantes optan por escoger los talleres los fines de semana, con la finalidad de combinar su trabajo con sus estudios.

5.- Le gustaría que los talleres impartidos sean prácticos.

CUADRO 8. Talleres Prácticos

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	218 alumnos	78 %
Algunas veces:	26 alumnos	14 %
Nunca:	0 alumnos	8 %
TOTAL	234 alumnos	100%

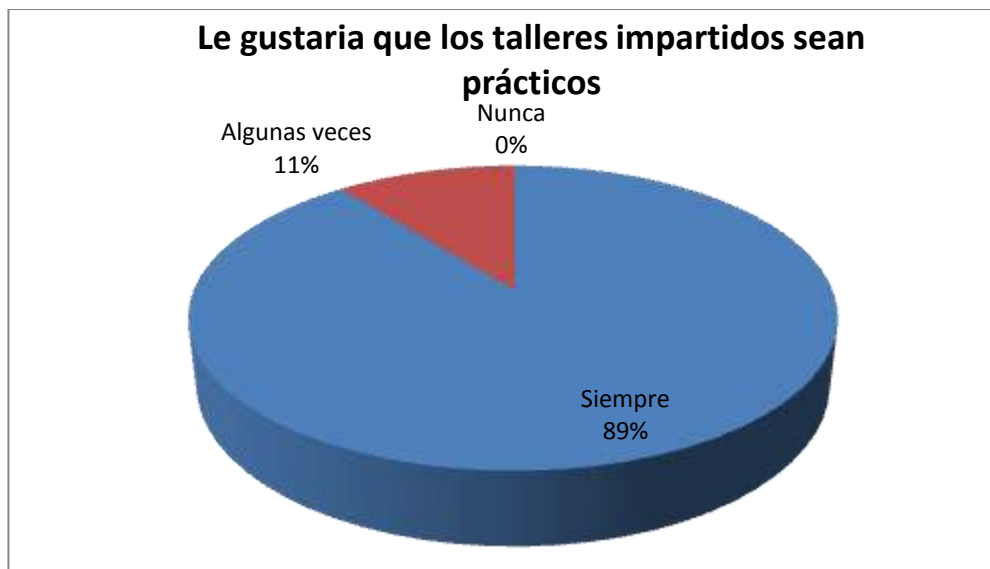


FIGURA 5. Talleres Prácticos

- ❖ Talleres prácticos fue la opción escogida por los estudiantes, porque reforzarían las falencias y adquirirían más experiencia ante los medios de comunicación, lo que ayudaría en su desarrollo profesional.

6.- Cree que con los talleres impartidos de desarrollo oral y corporal usted podrá superar sus miedos y mejorar su desenvolvimiento escénico.

CUADRO 9. Impartir talleres para superar el miedo escénico

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	222 alumnos	95 %
Nunca:	12 alumnos	5 %
TOTAL	234 alumnos	100%



FIGURA 6. Impartir talleres para superar el miedo escénico

- ❖ Las encuestas realizadas demuestran que los estudiantes en todos los niveles si necesitan y están de acuerdo en recibir talleres que mejoren su expresión oral y desempeño profesional ante los medios de comunicación.

7.- ¿Que fallas considera evidente en la formación que recibe en la carrera para poder comunicarse y expresarse correctamente?

CUADRO 10. Faltas de prácticas.

Criterios	Frecuencia	Porcentaje
Falta de practica	108 alumnos	46 %
Falta de infraestructura:	29 alumnos	42%
Falta de equipos:	97 alumnos	12%
TOTAL	234 alumnos	100%



FIGURA 7. Faltas de prácticas

- ❖ Llegamos a la conclusión que a la mayoría de los estudiantes les parece que hacen falta horas de práctica en expresión oral, para adquirir experiencia en el desenvolvimiento escénico.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS

Según el Docente de la Unidad Académica de Ciencias de la Educación Lic. Juan Carlos Cevallos. “Las falencias vienen desde el colegio algunas veces, pero en la Universidad no deberían de presentarse, además se debe fortalecer las asignaturas que tienen expresión oral y corporal, así como talleres que ayuden al desenvolvimiento de los estudiantes, realizando más práctica del ejercicio de la profesión”.

Esta opinión coinciden con la propuesta que hemos planteado en nuestro proyecto y que ha sido avalada por las encuestas realizadas a los 234 estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Una opinión similar sostuvo el Lic. Luis Rosero Constante, MSc. Docente de la carrera, especializado en medios impresos “Las exposiciones en clases son excelentes para el desarrollo de la expresión oral y corporal, pero no son suficientes porque se acostumbra a ver los mismos rostros”.

Otra sugerencia que nos dio el Msc. Rosero es de exponer públicamente los trabajos que realizaron en clase a fin que reciba la crítica de otras personas y pueden asumir y mejorar su comunicación corporal, “Difundir sus notas periodísticas en medios impresos o digitales es otra de las forma de perder la vergüenza al también recibir críticas de quienes lo leen”.

Para el Msc. Rosero los talleres son una estrategia fundamental para que los estudiantes desarrollen su expresión corporal y oral, “Incluso ellos deben participar en concursos de oratoria, exponer públicamente un tema específico en plazas y parques, a fin que la gente, fuera de su círculo social, los escuchen.”

Las encuestas y entrevistas realizadas, son la muestra de que existen falencias en el desenvolvimiento oral y corporal, en los estudiantes de Comunicación Social, realizamos una dinámica rápida en la que repartimos noticias con varios temas a los estudiantes e hicimos que las lean para escuchar el tono de sus voces, su desenvolvimiento corporal y oral, además de sus expresiones faciales, de esta manera sus errores fueron evidenciados

por los docentes de la carrera y asumidos por los estudiantes. Es por ello que nuestro proyecto contempla talleres que mejoren estas falencias.

4.3 RESULTADOS

Según el sondeo realizado a los docentes con experiencia en medios de comunicación y los estudiantes de Comunicación Social, hemos llegado a la conclusión de que el tema de nuestro proyecto y la propuesta que planteamos cubren las necesidades de los estudiantes en el campo profesional, brindándole bases sólidas en su desempeño laboral como periodistas.

4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis general

“Con la aplicación de estrategias pedagógicas en expresión oral y corporal para la formación de los estudiantes de comunicación social de la UNEMI, optimizaría su desenvolvimiento profesional”.

El objetivo de nuestro proyecto es de mejorar la expresión oral y corporal de los estudiantes de Comunicación Social ante los medios de comunicación masiva, planteando estrategias pedagógicas que mejoren su desempeño en la aplicación de la profesión. Según las encuestas y entrevistas realizadas los resultados coincidieron con las hipótesis respaldando de esta forma el corazón de nuestro proyecto, que partió de la problemática que existe en los estudiantes de comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

Elaboración de talleres vacacionales de expresión escénica para el mejoramiento de la expresión oral y corporal de los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Unemi.

“ESTRATEGIAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA EXPRESIÓN ORAL Y CORPORAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL DESENVOLVIMIENTO PROFESIONAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (RADIO Y TELEVISIÓN)”

5.2 JUSTIFICACIÓN

Impulsar estrategias de mejoramiento de la expresión oral y corporal ante los medios de comunicación, permitirá que los estudiantes de la carrera de comunicación social se adapten al ámbito profesional de un periodista, que desarrollen conocimientos y competencia en la nueva era tecnológica y combinarlo con el periodismo tradicional.

Los estudiantes de la carrera tienen falencias en su vocabulario, lo que es notorio al momento de expresarse en público, titubean, redundan, usan jergas y muletillas, que opacan sus presentaciones o entrevistas. Otro de los problemas que presentan los estudiantes al estar en público es la exteriorización de los nervios, sudoración de las manos, alteraciones de la voz, movimientos y ademanes inapropiados, etcétera.

Este proyecto busca mejorar estas situaciones que opacan la formación de los estudiantes en este centro de educación superior, brindándoles la oportunidad de mejorar sus falencias, convirtiendo sus debilidades en fortalezas para su desarrollo profesional.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

A pesar de que los estudiantes de Comunicación Social se forman teóricamente durante nueve semestres y aprenden nociones básicas de como desenvolverse, la mayoría presenta dificultades al expresarse en público o delante de un medio de comunicación.

Según María del Socorro Fonseca Yerena, “Para expresar basta sacar algo de nosotros mismos; en cambio, para comunicar necesitamos tener la intención de compartir ese algo con otros; entonces, la comunicación no supone solo sacar ideas o sentimientos y transmitirlos a otros el verdadero sentido de la comunicación este en nuestra intención.” Según esta autora la manera de cómo comunicar tiene mucho que ver a la hora expresar sus ideas, que lo que se diga tenga sentido adecuado en cada presentación.

Según Luis Lorenzo Cortez García “Es evidente que en la edad escolar los alumnos (as) están pasando por una etapa de desarrollo muy particular, donde viven una serie de crisis de identidad junto con otros factores físicos y ambientales que influyen en la baja autoestima de los estudiantes y presentan problemas en su expresión oral.” Este autor en su libro fundamenta bajo encuestas que gran parte de deficiencia en la expresión oral la adquirimos en la educación primaria y que este problema incide a lo largo de su etapa estudiantil.

Es por esto que existe la necesidad de organizar, promocionar y difundir talleres de expresión oral y corporal, a los estudiantes de comunicación social para adquirir nuevas herramientas que de seguro les serán útiles en el campo laboral.

5.4 OBJETIVOS

- Desarrollar el talento expresivo en los estudiantes.
- Motivarlos a enriquecer su vocabulario y a exponer sus ideas.
- Mejoramiento de su dicción y vocalización.
- Desarrollo de la empatía, asertividad e identificación de la intención.
- Brindarles prácticas estrategias para que mejoren su expresión oral y corporal.

5.5 UBICACIÓN

El proyecto se realizará en la ciudad de Milagro, provincia del Guayas, Ecuador en la Universidad Estatal de Milagro, ubicado en km 1/2 vía a km 26.

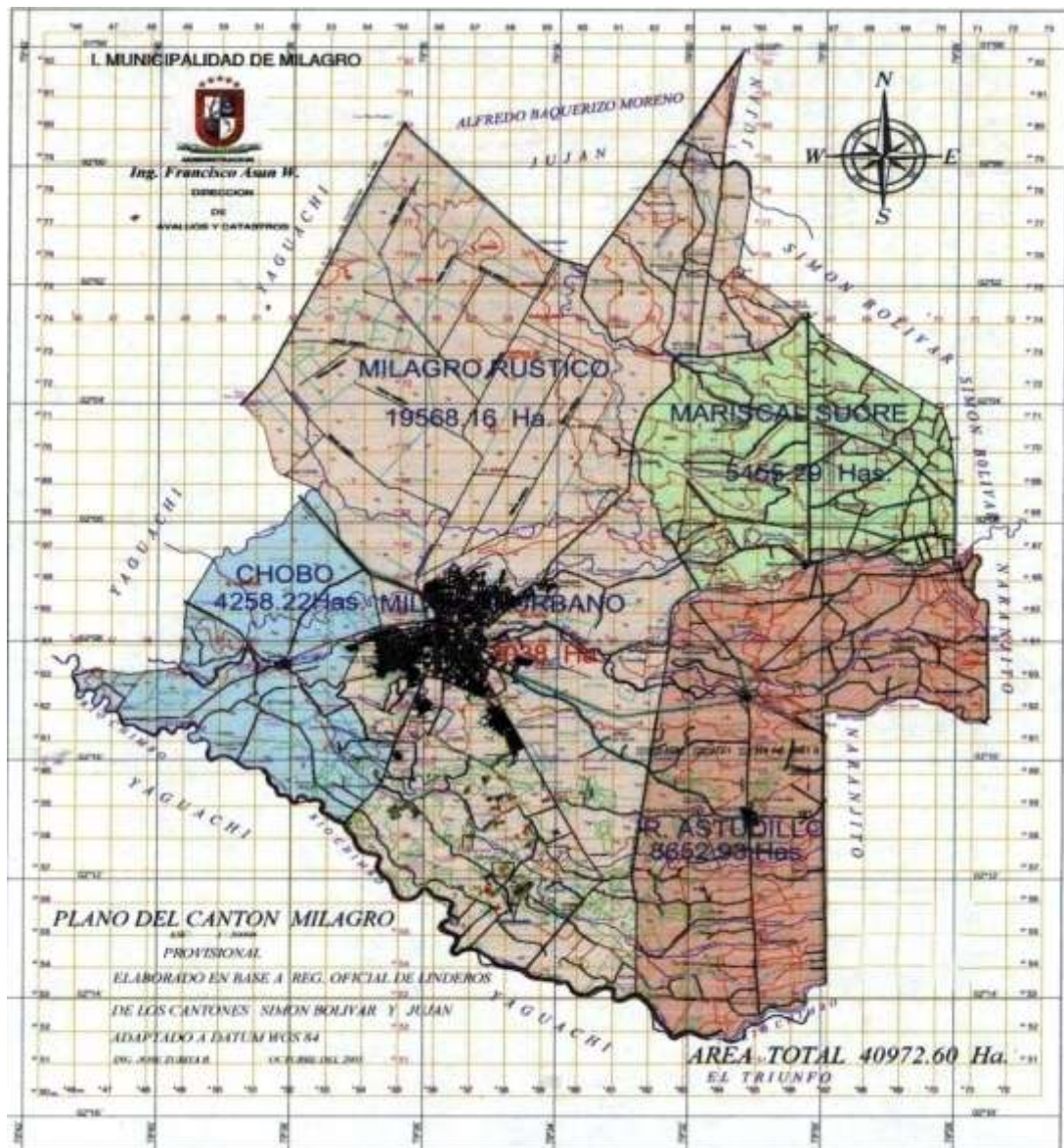


FIGURA 8. Plano del Cantón Milagro

5.6 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Si es factible porque en la Universidad no existe este tipo de talleres, además los beneficios serán mucho mayores que la inversión, porque se mejorará el nivel de desenvolvimiento de los estudiantes.

La universidad cuenta con los recursos tecnológicos necesarios, ya que tenemos una sala adecuada como estudio de televisión y los equipos necesarios para la práctica de estos talleres. La Unidad Académica además cuenta con profesionales con experiencia en medios de comunicación tanto en radio, teatro y televisión, que nos ayudarían en la realización de nuestro proyecto.

De esta manera la carrera de comunicación brindará a sus alumnos mayores oportunidades dándoles herramientas para su desempeño laboral.

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

En la medida en que una sociedad se desarrolla, de igual manera aumenta la necesidad de comunicación. Todos los días enviamos y recibimos millones de mensajes para compartir información, para convencer a otros de nuestros puntos de vista y para entendernos. El aprendizaje de la comunicación oral y corporal es indispensable para lograr diversos objetivos, pues tanto hombres como mujeres deseamos hablar y ser escuchados para obtener los mejores resultados en la vida diaria.

En nuestra vida profesional como periodistas el aprendizaje de la comunicación oral y corporal es la base primordial para el desarrollo de nuestra profesión. Con el aprendizaje de ella podemos lograr llegar al televidente u oyente, y comunicarle a través de palabras fluidas y adecuados ademanes la intención de la noticia, reportaje, crónica, etcétera.

Los estudiantes de la carrera de comunicación necesitan que las asignaturas fortalezcan el desarrollo de la personalidad del periodista, ayudándole a identificar su propio estilo y a adoptar técnicas de expresión oral y corporal que le faciliten su trabajo.

Es por esto que nuestro proyecto va direccionado a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro, su objetivo es mejorar su

Expresión oral y corporal, impulsando talleres que proporcionen estrategias para el desenvolvimiento ante los medios de comunicación.(televisión y radio).

Los talleres tendrán una duración de un mes, en el cual se trabajará intensivamente en desarrollar el talento expresivo en cada uno de los estudiantes.

Se trabajará con todos los niveles de la carrera de Comunicación Social, los talleres se impartirán de manera práctica y se realizarán en los laboratorios de televisión.

5.7.1 Actividades

Temas a tratarse en los talleres:

Expresión Oral

➤ **Vocalización y dicción.**

La práctica con el lápiz en la boca, es una de las opciones para formarse en vocalización y ensayar la dicción en las palabras, teniendo en cuenta la neutralización del lenguaje, dejando a un lado las acentuaciones o modismos adoptados según la población de donde procedemos, etcétera.

➤ **Interpretación de la lectura.**

Leer diariamente, en voz alta, párrafos de artículos selectos, poesías, fragmentos de narraciones, etcétera, sin prisa.

➤ **Volumen de la voz.**

El trabajo de la voz no es una rutina de ejercicios, es un trabajo que debe volverse un hábito. También ayuda el leer en voz alta y con público, con el fin de que nuestra lectura sea criticada y mejore con el tiempo.

➤ **Manejo del diafragma.**

Inhalar lenta y profundamente a través de la nariz, mientras inhalas, empuja tu barriga hacia afuera. Esto promueve el uso del diafragma y los músculos respiratorios.

➤ **Formas de la expresión oral.**

Improvise una charla de dos minutos sobre cualquier tema, y, grabe esa improvisación. Escúchese y analice en qué tropezó. ¿Argumento?. ¿Énfasis? ¿Conocimientos? ... ¿qué faltó?

➤ **El arte de escuchar y comunicar oralmente.**

Evite discusiones y críticas, sea prudente con sus argumentos, sea paciente. Dedíquele el tiempo necesario, no interrumpa.

➤ **La comunicación en público: planeación y redacción del discurso Expresión Corporal.**

Todos hablamos con mayor seguridad si sabemos de lo que estamos hablando, cuanto más sepamos, más seguros estaremos. Si tenemos que hablar en público y no conocemos demasiado bien el tema del que vamos a tratar, intentemos informarnos y la expresión corporal debe de ir acompañada de la noticia que estamos transmitiendo.

➤ **Desenvolvimiento escénico.**

Evitemos aprendernos de memoria el tema. Si nos hemos preparado adecuadamente tendremos las ideas y los conceptos claros en la mente, por lo tanto, expliquémoslos con nuestras propias palabras para tener un buen desenvolvimiento.

➤ **Desenvolvimiento del anchor (presentador de noticia)**

El desenvolvimiento del anchor (presentador de noticia) debe de ser de la manera más profesional y teniendo claro la noticia a tratar, nadie puede hablar ni expresarse correctamente si no se sabe de lo que se está hablando

➤ **Utilización del telepronter:**

Practicar con el telepronter para leer mejor y tener una buena presentación, teniendo en cuenta el tratamiento de la noticia y la expresión facial de nuestro rostro.

Expresión corporal

➤ **Según el tratamiento de los temas.**

Cada tema tiene su tratamiento y de la misma manera la forma de expresarse, el rostro, las manos y hasta la forma de pararse o sentarse para dar una noticia o para conducir un programa es muy importante.

➤ **Etiqueta**

La imagen que proyectas es importante en el campo laboral, la presencia, la ropa y hasta el estilo para lucirla es relevante al momento de presentarse en la pantalla de TV o ante un público en vivo.

➤ **Gestos y movimientos.**

Algunos gestos típicos que predominan en un dialogo.

➤ **Respiración y relajación.**

Al momento de realizar una noticia debemos de controlar la respiración y relajación para que no se note el nerviosismo delante de una cámara o micrófono. Además tener mayor fluidez del tema a presentar sin ninguna complicación.

5.7.2 Recursos, análisis financiero

CUADRO 11. Recursos Humano

Recursos Humanos		
Capacitadores	Conocimientos	Costo en dólares
Profesional con experiencia en radio.	<ul style="list-style-type: none"> • Vocalización y dicción • Interpretación de la lectura. • Volumen de la voz • Manejo del diafragma. • Formas de la expresión oral • El arte de escuchar y comunicar oralmente 	\$200.00
Profesional con experiencia en teatro y tv.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo escénico. • Desarrollo del anchor (presentador de tv). • Utilización del telepromter. • Gestos y movimiento • Respiración y relajación • Expresión corporal según el tratamiento de los temas. 	\$200.00
Total de recurso humano		\$400.00

CUADRO 12. Recursos Materiales

RECURSOS MATERIALES			
EQUIPOS		VALOR	VALOR TOTAL
Cantidad	Descripción	UNITARIO	
2	Micrófonos inalámbricos	\$60.00	\$120.00
2	Micrófonos corbateros	\$76.00	\$152.00
1	Consola de Audio y Video	\$550.00	\$1100.00
2	Computadoras	\$708.00	\$1416.00
2	Cámaras	\$1500.00	\$3000.00
5	Baterías de micrófonos	\$5.00	\$25.00
10	Cinta para grabación	\$7.00	\$70.00
3	Televisores	\$432.00	\$1296.00
2	Lámparas de iluminación	\$800.00	\$1600.00
TOTALES			\$8779.00

Nuestro proyecto contará con el aporte de la UNEMI, ya que todos los recursos necesarios en cuanto a infraestructura y equipos los tiene la universidad.















Los capacitadores saldrán de las mismas planillas de docentes como parte de las prácticas pre profesional.

5.7.3 Impacto

Los estudiantes de la carrera de la Universidad Estatal de Milagro, serán los beneficiados en este proyecto se trabajara en formar su identidad y estilo periodístico, de esta manera la universidad asegura a sus alumnos las bases suficientes para desenvolverse en el ámbito laboral, además llegar a ser reconocida por formar profesionales íntegros en el área de la comunicación

5.7.4 Cronograma

CUADRO 13. Cronograma

Actividades	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6
Vocalización y dicción						
Interpretación de la lectura						
Volumen de la voz						
Manejo del diafragma						
Formas de la expresión oral						
El arte de escuchar y comunicar oralmente						
La comunicación en público: planeación y redacción del discurso						
Desarrollo escénico						
Desarrollo del anchor (presentador de tv)						
Utilización del telepromter						
Expresión oral según el tratamiento del tema						
Respiración y relajación						
Gestos y movimientos						
Imagen						

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta

Esta propuesta se evaluara a través de instrumentos q nos permitirán verificar si se cumplen los objetivos además se hará un seguimiento a través de los docentes para constatar el mejoramiento de los estudiantes en su expresión oral y corporal.

CONCLUSIONES

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación, esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos. La comunicación es el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales.

La investigación realizada sobre la problemática en expresión oral y corporal que existe en los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Estatal de Milagro, ha sido documentada a través de las encuestas y entrevistas realizadas en este proyecto.

En la actualidad el periodista cumple un rol muy importante, regida bajo las leyes de comunicación y la delimitación de la libertad de expresión, los periodistas debemos aprender a expresarnos con propiedad de esta manera la intención de nuestras palabras llegará de manera clara y precisa sin temor a malas interpretaciones que dañen su integridad y opaquen su profesionalismo.

La solución planteada para la mejora de este problema es la realización de talleres de expresión oral y corporal, que brinda a los estudiantes estrategias prácticas para convertir el miedo escénico en una fortaleza, que le de confianza al momento de expresarse en un medio de comunicación.

RECOMENDACIONES

Como Comunicadores Sociales debemos de expresar nuestras ideas bajo las siguientes recomendaciones:

- El respeto que merece su oyente o televidente, ya sea un individuo o un auditorio, el es una persona importante y espera que se respete su punto de vista.
- El impacto que usted consiga al dar su información, siempre debe comenzar con algo sorprendente, fuera de lo común.
- Después de tener la atención de su oyente o televidente trate de transmitir sus ideas con claridad para que los demás comprendan.
- Al exponer sus ideas hágalo en forma segura y con calma no use palabras que indiquen inseguridad.
- Después de exponer su idea, el oyente o televidente querrá detalles, se debe investigar con atención para identificar necesidades y satisfacer las mismas.
- Cultiva las relaciones personales, usa la asertividad y empatía.

BIBLIOGRAFÍA

- **CANTU ORTIZ**, Ludivina et al; *Comunicación Oral y Escrita*, Séptima reimpresión, Primera edición 1999, México, 2002.

- **DOMINICK R.**, Joseph, *La Dinámica de la Comunicación / Los Medios en la Era Digital*, McGraw-Hill / Interamericana de México, Octava edición, México, 2006.

- **FONSECA YERENA**, María del Socorro: *Fundamentos de la Comunicación*, Pearson Educación, México, 2005

- **WIMMER**, Roger et al; *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, Edición Paraninfo S. A. México.

- **RAYMOND** Bravo, *Producción y Dirección de Televisión*, Limusa Noriega Editores

- **UNIVERSIDAD** Estatal de Milagro, *Reglamento para el proyecto de investigación*, Milagro.

LINCOGRAFÍA

- **SWINGALIA:** *Historia del cine mudo*,
<http://www.swingalia.com/cine/historia-del-cine-mudo.php>

- **ESTUDIOSIMBIOSIS:** *Historia de la Comunicación*,
<http://www.estudiosimbiosis.com.ar/comunicacion/historia.html>

- **PORTAL DE LA COMUNICACIÓN:** *Libros de Comunicación*,
<http://www.portalcomunicacion.com/>

- **ECUADOR EN CIFRAS:** Estadísticas de la población,
<http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

Anekos

Anexo 1
Formato de encuesta



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Encuestas dirigidas a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social

Marque con una x la opción que le parezca correcta.

1. ¿Puede usted expresarse sin miedo en público, delante de una cámara o micrófono?

Siempre

A veces

Nunca

2. ¿Su problema de expresión oral y corporal proviene de una deficiencia de enseñanza de escuela o colegio? Por ejemplo motivación a la oratoria o el teatro.

Si

No

3. ¿Le gustaría a usted que la carrera imparta talleres de cómo expresarse delante de los medios de comunicación?. Ej. Televisión y Radio.

Siempre

A veces

No me gustaría

4. ¿En qué horario le gustaría a usted que los talleres de expresión oral y corporal se realicen?

Los fines de semana

Por las tardes

Por las noches

5. ¿Le gustaría que los talleres impartidos sean prácticos?

Siempre

Algunas veces

Nunca

6. ¿Cree que con los talleres impartidos de desarrollo oral y corporal usted podrá superar sus miedos y mejorar su desenvolvimiento escénico?

Siempre

Nunca

7. ¿Qué fallas considera evidente en la formación que recibe en la carrera para poder comunicarse y expresarse correctamente?

Falta de práctica

Falta infraestructura

Falta de equipos

Anexo 2
Fotografías



Figura 9. Explicación del proyecto a los alumnos de Comunicación Social



Figura 10. Dinámica aplicada a los estudiantes de Comunicación Social



FIGURA 11. Estudiante de Comunicación Social respondiendo la encuesta



Figura 12. Estudiantes de Comunicación Social respondiendo a la encuesta.



FIGURA 13. Estudiante de Comunicación Social respondiendo la encuesta.



Figura 14. Estudiante de Comunicación Social respondiendo la encuesta.

ANEXO 3

Modelo de Entrevista

Lcdo. Luis Rosero Constante

Docente

¿Qué opinión tiene usted sobre el desenvolvimiento oral y corporal de los estudiantes de comunicación de la UNEMI?

Las exposiciones en clases son excelentes para el desarrollo de la expresión oral y corporal, pero no son suficientes porque se acostumbra a ver los mismos rostros.

¿Cómo impulsaría usted el desarrollo escénico oral y corporal en los alumnos de Comunicación Social?

Exponiendo públicamente los trabajos que realizaron en clase con el fin que reciban críticas de otras personas y de esta manera puedan asumir y mejorar su expresión corporal.

Difundir sus notas periodísticas en medios impresos o digitales es otra de las formas de perder la vergüenza al también recibir críticas de quienes lo leen.

¿Recomendaría usted talleres de expresión oral y corporal para mejorar el desenvolvimiento de los estudiantes?

Los talleres son una estrategia fundamental para que los estudiantes desarrollen su expresión corporal y oral. Ellos deben participar en concursos de oratoria, exponer públicamente un tema específico en plazas y parques, a fin que la gente fuera de su círculo social los escuche.

Lcdo. Luis Rosero Constante, MSc.
C.I. 0909666521

ANEXO 6

Lcdo. Juan Carlos Cevallos

Docente

¿Qué opinión tiene usted sobre el desenvolvimiento oral y corporal de los estudiantes de comunicación de la UNEMI?

Las falencias vienen desde el colegio algunas veces, pero en la universidad no deberían presentarse.

¿Cómo impulsaría usted el desarrollo escénico oral y corporal en los alumnos de Comunicación Social?

Se debe fortalecer asignaturas que contengan expresión oral y corporal

¿Recomendaría usted talleres de expresión oral y corporal para mejorar el desenvolvimiento de los estudiantes?

Si, recomendaría talleres que ayuden el desenvolvimiento de los estudiantes, realizando más práctica del ejercicio de la profesión.

Lcdo. Juan Carlos Cevallos
C.I. 0920391109

ANEXOS 4



FIGURA 15. Entrevista con el Lcdo. Juan Carlos Cevallos, docente con experiencia en televisión.



FIGURA 16. Entrevista con el Msc. Luis Rosero Constante, docente con experiencia en medios impresos

ANEXO 8

Lcda. Kerly Lima de Vega

Propietaria de radio Vegamega

¿Qué opinión tiene usted del desenvolvimiento oral en los estudiantes de comunicación social?

En la experiencia con los alumnos de la UNEMI, desde hace cuatro años que han estado haciendo prácticas puedo decir que un 80% les falta vocalización, es importante reforzar las horas talleres de radio que deberían tener quien está inmerso en la Comunicación Social, que no es solo es periodista es locutor. Desde la escuela arrastramos problemas de dicción de fonemas: no sabemos escuchar por lo tanto no sabemos pronunciar, estos problemas suelen no corregirse en el colegio y llegar a terminar la universidad, con una mala lectura, pronunciación e incluso escritura.

Todo esto sumado a la falta de iniciativa por parte de los estudiantes que se han despreocupado por auto educarse, insisto que en nuestros profesionales de comunicación social hay que reforzar ampliamente lo que es desenvolvimiento lo que a mí me compete en radio, oratoria y vocalización en general. Lamentablemente un periodista con título en mano no sabe en un momento dado improvisar una noticia, cuando se les va el sistema no tiene la computadora a mano, tiene la idea en la cabeza por que cubrió la noticia, investigó y no sabe cómo dar la noticia en base a algo que el mismo investigó, definitivamente falta reforzar en la vocalización y dicción lamentablemente somos Comunicadores Sociales con título pero tenemos que aprender a improvisar vocalizar bien cada palabra que se dice.

Lcda. Kerly Lima de Vega
C.I 1202270656

ANEXO 9



FIGURA 17. Entrevista con la Lcda. Kerly Lima de Vega, Directora de la Radio Vegamega



FIGURA 18. Entrevista con la Lcda. Kerly Lima de Vega, Directora de la Radio Vegamega

ANEXO 10

Presley Vega Moreira
Propietario radio Vegamega

¿Recomendaría usted talleres de expresión oral y corporal para mejorar el desenvolvimiento de los estudiantes?

Es indispensable aumentar las horas de talleres, hacer convenios con radios para que los estudiantes practiquen, el facilísimo que se otorga, hace la deficiencia del estudiante y el poco interés del mismo ha hecho que desmejore la calidad del ciudadano que no se auto prepara no tienen interés en ser mejores, tenemos la mala costumbre de comernos las S es una mala costumbre aparte de eso nosotros no abrimos la boca para pronunciar no hacemos ejercicios de vocalización, deberían antes de una locución hacer estos ejercicios así le da más flexibilidad a la boca, la lengua es un musculo que necesita ejercitarse.

Presley Vega Moreira
Locutor Profesional
C.I.0906353925

ANEXO 11



FIGURA 19. Entrevista con el propietario de radio Vegamega Presley Vega Moreira,
Locutor Profesional



FIGURA 20. Entrevistados Lcda. Kerly Lima y Presley Vega Moreira

ANEXO 12

DINÁMICA

- Leer la noticia en voz alta tomando en cuenta los signos de puntuación, vocalización y dicción empleados.
- Desarrollo escénico, expresión facial y corporal.

LA INFORMALIDAD CARACTERIZA AL MERCADO LABORAL

Temor, recelo y desconfianza. Hablar del cumplimiento de derechos laborales está casi vedado en zonas comerciales, en sembríos o en medio de actividades pesqueras.

Algunos de los que trabajan en estos sectores prefieren no hablar sobre su situación laboral cuando se les consulta y huyen de las fotografías. Más aún si su empleador incumple derechos constitucionales como el aseguramiento social. Los trabajadores temen perder su único modo de subsistencia por reclamar.

Plazas, malecones, portales y zaguanes son algunos de los escenarios en los que cientos de desocupados o subempleados se concentran en ciudades como Guayaquil, Machala, Ambato y Cuenca. Se trata de hombres y mujeres con edades que oscilan entre 15 y 65 años. Ellos buscan, sin éxito, un trabajo formal y estable o “algún” oficio para subsistir.

Objetivo:

- Tomar en cuenta las falencias al leer y al expresar de manera correcta una noticia.
- Superar los nervios que los estudiantes presentan al expresar sus ideas.
- Mejorar su expresión corporal



FIGURA 21. Estudiante realizando dinámica