

MICRORRELATO AUDIOVISUAL DIGITAL Y HABILIDADES SOCIALES EN ENTORNOS UNIVERSITARIOS

La Universidad de Antioquia como caso de estudio

CAMILO CORREA PÉREZ

Comunicador

Aspirante al título de Magíster en Creación y Estudios Audiovisuales

Asesora:

ALEXANDRA MILENA TABARES GARCÍA

Maestra en Artes Plásticas y Magíster en Historia del arte

Investigadora en Grupo Hipertrópico, convergencia entre Arte y Tecnología

Universidad de Antioquia

MAESTRÍA EN CREACIÓN Y ESTUDIOS AUDIOVISUALES

FACULTAD DE COMUNICACIONES

UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA

Medellín

2022

Agradecimientos

A Sussy por la paciencia.

A Bonita, por el apoyo.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	5
Capítulo I: Un poco de historia: el Estado del Arte.....	9
Indagaciones en contexto Universidad de Antioquia	12
Contextos nacionales: Un acercamiento al recurso didáctico como herramienta.....	16
Contexto internacional: Apuestas desde el audiovisual para el trabajo sobre algunas habilidades sociales	16
Aprendizaje colaborativo en plataformas abiertas	17
El internet y las páginas web como herramientas de aprendizaje	17
Investigaciones enfocadas a las habilidades sociales en la formación profesional	18
Capítulo II: Referentes necesarios para una revisión conceptual y teórica de elementos tradicionales en plataformas digitales	20
De narrativa a microrrelato audiovisual digital.....	20
<i>Narrativa</i>	21
<i>Narrativa audiovisual</i>	22
<i>Microrrelato</i>	22
<i>Microrrelato audiovisual digital</i>	24
Habilidades sociales - Habilidades para la vida.....	27
Habilidades sociales en contextos de educación superior.....	31
Microrrelatos audiovisuales digitales y redes sociales	33
<i>La construcción social de realidad</i>	36
<i>Tiempo de consumo, interacción y convivencia</i>	37
<i>Interacción y comunicación</i>	38
<i>Apropiación estratégica de las redes sociales digitales</i>	39
Capítulo III: Racionalizando los objetivos y el Marco Metodológico	41
<i>Características generales del desarrollo</i>	44
<i>Ejecución y hallazgos</i>	48
Capítulo IV: Análisis de los resultados obtenidos	88
Un trabajo institucional mancomunado: La producción audiovisual en la Universidad de Antioquia como un trabajo colegiado	88
El manual de imagen institucional y la producción audiovisual	89
“Sé plural como el universo”: La diversidad en los formatos de creación y producción audiovisual en la Universidad de Antioquia.....	90
La claridad del mensaje propuesto como valor en la producción de Bienestar	91
El planteamiento de la estrategia metodológica desde una perspectiva de Bienestar	92

Habilidades Sociales, Microrrelato Audiovisual y Entornos Universitarios.....	95
Referencias	100
Anexos	103

Introducción

Cuando se habla de construcción social de la realidad en entornos educativos, se habla de maneras de relacionamiento entre quienes conforman la comunidad académica y de cómo éstos habitan los espacios de formación, tanto físicos como virtuales. Así, teniendo como pauta dichas interacciones (construcción social de la realidad) en tales ambientes (educativos), los procesos y resultados de la investigación que se presenta en el actual documento, se desarrollan en los espacios virtuales de la Universidad de Antioquia (Medellín). Aquí se indaga sobre los contenidos audiovisuales que se piensan como óptimos en el abordaje de las habilidades sociales según la OMS, específicamente cuando hace referencia a los microcontenidos. Al tomar como base este tipo de productos, se hace énfasis en el trabajo que realiza la Institución desde las series audiovisuales, las microformas o formatos cortos como perfiles breves, y, en general, en los contenidos ágiles para los tiempos de la red digital, la virtualidad y aquellos de consumo inmediato.

Se parte del rol que desarrolla todo docente desde su papel como mediador en la formación de los estudiantes, de las experiencias que acontecen en espacios virtuales y, en general, de los ámbitos virtuales que propician posibles focos de desarrollo y atención al interior de las acciones mismas de la Universidad, tomando las habilidades sociales como punto de interés, identificando a éstas como un componente que sirve de caja de herramientas a los profesionales que buscan una formación integral. La vida universitaria, tanto dentro de sus espacios físicos, como los virtuales, facilitan la interacción entre aquellos que hacen parte de las comunidades y ambientes universitarios. Allí se puede evidenciar actividades de relacionamiento y aprendizaje que trascienden el aula de clase, fungiendo como mediadoras para el encuentro entre los estudiantes, profesores, administrativos y visitantes; posibilitando en tal interacción la generación y el fortalecimiento de los lazos sociales y de los vínculos afectivos que entre los estudiantes y demás miembros de la comunidad académica puedan suscitarse.

En el contexto actual y dada la situación global de la pandemia por COVID-19 los entornos universitarios han trascendido las delimitaciones físicas de la institución, además de los tiempos para el desarrollo de actividades académicas y laborales. Ahora parece más evidente que el estudiante también es padre, madre, hija, hijo, hermana o hermano y que, en consecuencia, debe atender con diligencia a cada uno de esos roles. Las convergencias que propone la nueva cotidianidad al cruzar lo íntimo y lo público a través de una pantalla, afecta el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como nuestras maneras y disposiciones para el encuentro con los otros. Las formas que van tomando fuerza a través de las condiciones que nos enmarca la sociedad, la globalización y la vida moderna, también

fueron creando en el investigador una semilla de inquietud por los modos de relacionamiento y las múltiples facetas que, día a día, se van encarando.

De forma constante las personas se relacionan y, por tanto, desarrollan habilidades que les permiten o facilitan esta interacción social, como es el caso de la resolución de conflictos, el análisis de situaciones sociales, el reconocimiento de emociones o sentimientos y el aprendizaje derivado de los errores, entre otras. En este orden de ideas, es posible mencionar que la formación profesional ha de ocuparse tanto de capacitar a las personas en los conocimientos y destrezas propios del área o disciplina específica a la que ingresan en su etapa formativa, como de fomentar en cada una de ellas el desarrollo de las habilidades sociales, al considerar ambos componentes fundamentales para la construcción de realidad personal y social, íntima, familiar, o de otras esferas de la cotidianidad.

En ruta de lo anterior, Julia Beatriz López Bedoya¹, quien es psicoorientadora en Bienestar Universitario de la Universidad de Antioquia, y el psicopedagogo Herwin Eduardo Cardona Quitián², en su artículo *Recursos psicosociales para la permanencia de los estudiantes de la Universidad de Antioquia* (2017), mencionan que los estudiantes requieren ciertos elementos para un desenvolvimiento dentro de algunas áreas, incluyendo la social, que complementan y ayudan a su formación y, si el contexto facilita, permiten un desarrollo positivo. Dichos componentes son internos, como la responsabilidad, la autoestima, las expectativas y las capacidades propias. Adicionalmente, presentan componentes externos con los cuales podrán desarrollar aptitudes competentes como adultos, siendo éstos: la familia, la institución, el barrio y las relaciones con sus pares (pp. 126 - 127). Gracias a dichos componentes (internos y externos) los estudiantes logran adaptarse a su entorno académico, se identifican con su proyecto profesional, enfrentan problemas y, en general, logran una adecuada socialización.

En este orden de ideas, el presente informe de investigación dispone para el lector un recorrido por cuatro capítulos enmarcados en los conceptos y antecedentes que pautaron las indagaciones, así como en la metodología aplicada y el análisis de los hallazgos derivados de este ejercicio investigativo:

¹ Psicóloga especialista en Gerencia de Servicios Sociales, Magíster en Intervenciones Psicosociales de la Universidad Católica Luis Amigó (Medellín).

² Magíster en Psicoanálisis, Subjetividad y Cultura, docente investigador Facultad de Psicología Universidad Católica Luis Amigó (Medellín).

En el *capítulo I: Un poco de historia: el Estado del Arte*, se encuentran los orígenes de los conceptos que delimitan el trabajo de investigación, haciendo referencia al microrrelato, el microrrelato audiovisual digital, las habilidades sociales propuestas por la Organización Mundial de la Salud -OMS-, así como algunos antecedentes que sirven de hoja de ruta para el desarrollo de la investigación.

Se recorren las nociones de *microrrelato audiovisual* y su uso en entornos virtuales, contrastando lo planteado en la teoría con los hallazgos derivados de la práctica (estudio de caso). Se explican, además, los conceptos de *narrativa, microrrelato, microrrelato audiovisual* y su formato digital, donde se cotejan sus similitudes desde las autoras: Susana Martínez García (2011), Virginia Guarinos (2009) y Ary Malaver Copara (2015). Allí se abordan también las características de las cuales se compone el microrrelato audiovisual digital, haciendo énfasis en las que se revisan para el proyecto de investigación, como los son la hiperbrevedad, la simpleza, el uso de elipsis, la intertextualidad, el final sorpresivo, la temporalidad lineal, los personajes y espacios esquemáticos, la inmediatez y la narratividad. De igual manera, se abordan las habilidades sociales o habilidades para la vida propuestas por la Organización Mundial de la Salud (WHO por sus siglas en inglés), presentando su definición, aclarando su significado e importancia para los contextos de educación superior; explorando posteriormente su desarrollo en la articulación de tres grandes áreas comprendidas por las habilidades de comunicación interpersonal, las habilidades de toma de decisiones y pensamiento crítico, y las habilidades de afrontamiento y autogestión, para avanzar en su significación dentro de la construcción social de la realidad en comunidades y ambientes cercanos. A modo de complemento, se entrelazan el uso de habilidades sociales en entornos digitales y, sobre todo, en su abordaje desde el microrrelato audiovisual. Se da paso a la conceptualización y tratamiento desde datos estadísticos de investigaciones relacionados con el uso del tiempo por parte de población estudiantil, jóvenes de 18 a 28 años.

El *capítulo II: Referentes necesarios para una revisión conceptual y teórica de elementos tradicionales en plataformas digitales* hace referencia al estado del arte. Allí se exponen algunos proyectos desarrollados en instituciones de educación superior y se muestran algunas de las investigaciones que han tratado el tema desde una perspectiva pedagógica, educativa o similar. Se precisa que, al ser el microrrelato un formato audiovisual relativamente nuevo, los estudios y desarrollos aún están en un proceso de definición y conceptualización clara en torno a su aplicación en espacios educativos, y que las experiencias son el inicio de un camino en permanente desarrollo.

En el *capítulo III: Racionalizando los objetivos y el Marco Metodológico*, se hace un recorrido sobre la metodología cualitativa con enfoque interpretativo con la cual se llevó a cabo la presente

investigación, a través del *estudio de caso* como herramienta adecuada para el trabajo desarrollado, recurriendo a referentes teóricos para identificar las técnicas de aplicación pertinentes, como son las recomendadas por Roberto Hernández Sampieri en su libro *Metodología de la Investigación* (2014), así como aquellas presentadas por los autores Sergio Díaz De Salas, Víctor M. Mendoza Martínez, Cecilia Porras Morales en su trabajo de investigación *Una guía para la elaboración de estudios de caso*. Se habla también de un planteamiento orientado desde la contextualización y conceptos mismos que se gestan para determinar los instrumentos, el paradigma de investigación y la forma en que se lleva a cabo todo el proceso. En un momento posterior y complementario, se describe la aplicación de instrumentos, partiendo de la revisión documental y algunos hallazgos obtenidos tras el estudio de redes sociales y los contenidos institucionales alrededor del microrrelato audiovisual digital, se cotejan allí las características de este material encontrado y que son de carácter relevante para el trabajo de investigación. Se explican los modos y herramientas usadas para este filtro en la captura de información como el diagrama de flujo y las tablas elaboradas para seleccionar el material, mostrando algunos de los ejemplos relevantes. En el apartado que da continuidad a la metodología, *ejecución y hallazgos*, se habla de las entrevistas llevadas a cabo a lo largo de la investigación, entrevistando a personas de interés para este ejercicio investigativo y que estuvieron vinculados a las diferentes etapas de la producción de los materiales consultados; en este punto se extrae un diagrama de flujo que da cuenta del proceso que maneja la Universidad de Antioquia en cuanto a producción audiovisual se refiere. Por último, se explica la aplicación del tercer instrumento de investigación, es decir, el del grupo focal; refiriéndose a los datos, tablas, gráficos y testimonios extraídos de los encuentros con los participantes de este proceso, a partir de los cuales se identifican algunas conclusiones relevantes sobre las formas de consumo y visualización de este material por parte de los estudiantes.

Los hallazgos y resultados se entregan en el *Capítulo IV*. Allí se aclaran los alcances del proyecto, enmarcado en las características propias de un estudio de caso, revisando su proyección en otras instituciones de educación superior, al ser material que puede aportar a la formación de profesionales integrales por medio de una herramienta cotidiana. Se habla de los hallazgos desde lo procedimental y metodológico, desde la identidad misma de la universidad, así como también de la ruta creativa y la heterogeneidad de la producción de la Universidad de Antioquia.

Por último, para dar cierre a este informe de investigación, se tratan las conclusiones planteando la posibilidad de continuar la investigación con iniciativas que puedan complementar y fortalecer la realización de microrrelatos audiovisuales como material para el abordaje y tratamiento de habilidades sociales en instituciones de educación superior.

Capítulo I:

Un poco de historia: el Estado del Arte

La Universidad de Antioquia es una institución de educación superior ubicada en el departamento de Antioquia, Colombia. Si bien su sede principal se encuentra en la ciudad de Medellín, tiene presencia en las nueve subregiones del departamento, con sedes o seccionales donde desarrolla su quehacer misional: docencia, investigación y extensión. Cabe destacar que mediante su programa de *Ude@ Educación virtual*, también llega a diversas zonas del país, siendo una de las instituciones de educación superior más importante en el contexto nacional. De acuerdo con la reseña que se presenta en el portal universitario:

La Universidad de Antioquia tiene por objeto la búsqueda, desarrollo y difusión del conocimiento en los campos de las humanidades, la ciencia, las artes, la filosofía, la técnica y la tecnología, mediante las actividades de investigación, de docencia y de extensión, realizadas en los programas de Educación Superior de pregrado y de posgrado con metodologías presencial, semipresencial, abierta y a distancia, puestas al servicio de una concepción integral de hombre. (Universidad de Antioquia, s.f.)

La motivación personal por emprender este ejercicio investigativo deriva de la siguiente convergencia de conocimientos y experiencias: en primer lugar, se encuentra la formación profesional como Comunicador de la Universidad de Antioquia; en segundo lugar, la continuidad del vínculo institucional al hacer parte del equipo de trabajo de Bienestar en la Facultad de Ingeniería (2017 – 2021), y como docente del curso del curso *Habilidades sociales y herramientas comunicativas*. En tercer lugar, los aprendizajes obtenidos en la *Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales*, y, finalmente, la experiencia determinante del confinamiento por pandemia de COVID 19, en la cual se reforzó la relevancia de internet y las telecomunicaciones como mediaciones para sostener, fortalecer e iniciar relaciones interpersonales, dando cuenta con ello de que el distanciamiento físico no implica, necesariamente, distanciamiento social.

En este sentido, las indagaciones preliminares sobre términos, conceptos y estudios relacionados con los intereses propios de la experiencia profesional, así como el acercamiento a las producciones y proyectos comunicativos y motivacionales sobre el conocimiento, desarrollo y fortalecimiento de las habilidades sociales en los estudiantes de educación superior, específicamente en el contexto de la Universidad de Antioquia, condujeron a la formulación de la siguiente pregunta: ¿Cómo se pueden

aprovechar los formatos cortos, como el microrrelato audiovisual digital presente en entornos virtuales, para contextualizar al estudiante universitario sobre qué son las habilidades sociales, al tiempo que se motiva su aprehensión y despliegue en la vida cotidiana?

Esta inquietud dio paso a la formulación de esta investigación que contempla como objetivo general:

Analizar la efectividad comunicativa del microrrelato audiovisual digital para fomentar, entre sus estudiantes, las habilidades sociales propuestas por la OMS, producido por Bienestar Central de la Universidad de Antioquia, distribuido a través de las plataformas digitales institucionales entre los años 2017 y 2020.

Define como objetivos específicos:

1. Identificar, en documentos y fuentes institucionales, los microrrelatos audiovisuales digitales que fomentan las habilidades sociales propuestas por la OMS, producidos para los estudiantes y distribuidos por Bienestar Central a través de plataformas digitales de la Universidad de Antioquia entre los años 2017 y el 2020.
2. Examinar las características formales del microrrelato audiovisual digital producido por Bienestar Central entre los años 2017 y 2020, enfocados al fomento de las habilidades sociales entre los estudiantes de la Universidad de Antioquia.
3. Revisar la claridad del mensaje y la comprensión de la información dispuesta en los microrrelatos audiovisuales digitales para el fomento de las habilidades sociales propuestas por la OMS, en estudiantes que acceden a este tipo de contenidos a través de las plataformas digitales de la Universidad de Antioquia.

Y traza como pregunta de investigación:

¿Cuál es la efectividad comunicativa del microrrelato audiovisual digital producido por la Universidad de Antioquia para fomentar las habilidades sociales entre sus estudiantes?

Con estas premisas se emprende el rastreo preliminar de experiencias en el contexto institucional, así como en otros espacios de educación superior nacionales e internacionales, precisando como parámetros de selección los aspectos fundamentales: microrrelato digital, habilidades sociales y entornos universitarios; los cuales serán tratados en el siguiente capítulo.

Para el rastreo inicial se consultaron documentos de investigación referentes al proceso de aprendizaje basados en material multimedia, como *La nueva educación visual e interactiva* de José G. Ángel Rendón (2014), para él, en la academia es donde comenzamos a concebir al profesor como “la suma de mucha información: verbal, gráfica y experimental” (p. 32), sin embargo, este referente es descartado por su enfoque en el proceso de enseñanza – aprendizaje donde se exploran las formas en las que esta información es transmitida, con el fin de formar, de trascender de mera información a una reflexión compartida con el otro; otras de las referencias consultadas en un primer momento fueron las plataformas de aprendizaje colaborativo así como los proyectos de investigación en universidades que recurren a material didáctico, como la de Hernández Durana, R. (2008). *Audiovisuales en conciertos de Rock/Pop como mejoradores de la experiencia visual y auditiva*, donde menciona que, pasando por el cine mudo, la inclusión del sonido, la aparición de la tv, los videos, y los diversos recursos que se usan para narrar una historia y transmitir el mensaje, quedando a un lado esta investigación en la medida en que aborda el formato audiovisual como una evolución y transformación por la cual se guía al espectador, pero alejándose de la propuesta educativa; se consultaron también páginas web relacionadas con videos y multimedia para el desarrollo de habilidades sociales, como la propuesta de Forero Sandoval, J. (2014), *Distraer el dolor: un nuevo reto para los videojuegos en el mundo de la ciberpsicología* y la investigación de García Manso, A. (2012). *Experiencias formativas basadas en el uso de Wikis: aprendizaje por competencias, "Edupunk" y "Open Social Learning" en la Universidad española. Mito y realidad*, las cuales hacen parte de las propuestas desarrolladas más adelante, al ser de interés por su contenido directamente relacionado con los entornos universitarios, las habilidades sociales y el microrrelato o las formas audiovisuales de interés.

Las propuestas que fueron descartadas en un primer momento, como las anteriormente mencionadas, sólo abarcaban un aspecto (formato audiovisual, habilidades sociales, entornos de aprendizaje virtual) y no aportaban de forma significativa al proyecto. Sin embargo, dentro del rastreo de éstas, se encontró en sus referencias (referencia de la referencia) algunos documentos, investigaciones, libros y material multimedia que le aportaban gran valor al estado del arte. Otros de los materiales seleccionados para su análisis en esta primera etapa, fueron recomendados por colegas del grupo de estudio de la Maestría en desarrollo, lo cual ayudó de forma notable en la construcción de un estado del arte que permitiera enriquecer los planteamientos y las premisas iniciales que encaminarían el proyecto de investigación.

Indagaciones en contexto Universidad de Antioquia

La Universidad de Antioquia, haciendo uso de las capacidades y herramientas tecnológicas que posee en la actualidad, cuenta con su espacio en la virtualidad. Aparte del portal universitario (www.udea.edu.co) en el que presenta toda la información a sus públicos, también participa activamente en las plataformas digitales como YouTube (Universidad de Antioquia), Facebook (@universidaddeantioquia) e Instagram (@udea), donde publica constantemente material de interés para toda la comunidad académica, administrativa y público en general. Particularmente, Bienestar Central aprovecha estos espacios para compartir contenidos informativos sobre su quehacer misional, noticias recientes, talleres y actividades en las que invita a participar principalmente a estudiantes, aunque muchas de sus convocatorias están abiertas a toda la población universitaria.

Instagram:





Nota: captura de pantalla de video sobre Aikido, Instagram de UdeA (video) Universidad de Antioquia. (2020). Instagram. <https://www.instagram.com/tv/CFSyaSND7LX/>

YouTube:





Nota: captura de pantalla de video sobre video de opinión Resolución de conflictos (video). Universidad de Antioquia. (2019). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DKWYgUY01Ps>

Facebook:

Universidad de Antioquia
@universidaddeantioquia · ★ 4,6 (575 opiniones) · Universidad

Bienestar UdeA 29 de noviembre de 2019 · [Seguir](#)

¡Hermoso! 🌈 El arte también es una forma de expresión social y política. 🎨
👉 Dentro de la #SemanaPorlaNoViolenciaSexualyDeGénero invitamos a la comunidad #UdeA a que nos acompañara a pintar un mural artístico, para generar conciencia sobre las violencias sexuales y de género.
¡Mira el video!
💖💖💖
#SomosBienestar
#NoGéneroViolencia
[Ver menos](#)

Sé la primera persona en comentar.

¡Hermoso! 🌈 El arte también es una forma de expresión social y política.
🎨 👉 Dentro de la #SemanaPorlaNoViolenciaSexualyDeGénero...

Nota: captura de pantalla de video sobre #NoGeneroViolencia, el arte también es una forma de expresión social y política (video). Universidad de Antioquia. (2019). Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=2377298482523093>

Como acercamiento a las producciones audiovisuales cercanas al interés de la presente investigación, es importante destacar la iniciativa [Esta casa de todos nos espera #UdeACasaDeTodos](#) (2020), microrrelato audiovisual digital desarrollado y divulgado por la Universidad de Antioquia a través de sus redes durante el confinamiento por pandemia de COVID 19.



Nota: Captura de pantalla de Esta casa de todos nos espera #UdeACasaDeTodos (Video) de Universidad de Antioquia. (2020). YouTube. <https://youtu.be/nDBZGFZbNIw>

En dicha propuesta, se aprecia un texto, una historia, un mensaje y, en general, una serie de elementos que engloban las características del microrrelato audiovisual digital, como la brevedad, la inmediatez, la simpleza visual, entre otras (Martínez, 2011). Un video usado como medio para transmitir una idea en particular a toda la comunidad universitaria: cuidémonos. El uso de este formato en la red permite compartir, además de información, una invitación a educar desde el formato audiovisual corto con propuestas ágiles, acercar los contenidos a las nuevas generaciones que optan por productos cortos, invitar al consumo de formatos diferentes a los tradicionales y construir desde los creadores de contenido, productos retadores desde ámbitos técnicos y pedagógicos.

Esta iniciativa se articula, efectivamente, al interés institucional dispuesto en su Plan de Desarrollo 2017 – 2027, en el cual se reafirma el compromiso misional de formar profesionales integrales que no solo sean capaces de ejercer y desenvolverse en su área específica, sino también que tengan una “formación integral y humanista comprometida con la construcción de paz, la democracia, la justicia social, el bienestar y la responsabilidad con el ambiente y la biodiversidad” (Universidad de Antioquia, 2017. P. 46). Si a esto le sumamos la fuerza que ha tomado el internet y los

productos audiovisuales en nuestro contexto, dicha formación profesional debería tomar estas herramientas como facilitadores en el logro misional que se propone la institución.

Contextos nacionales: Un acercamiento al recurso didáctico como herramienta

Universidades colombianas han abordado de diferentes maneras el recurso audiovisual como elemento de interés para elaborar metodologías de aprendizaje. Es así como se plantea el proyecto *Construcción de vídeos educativos, una experiencia para aprender entre todos: acercándonos a la realidad sobre el uso de medios audiovisuales para el desarrollo pedagógico*, entre el 2011 y 2012. Esta propuesta surge de una convocatoria del Gobierno Nacional a cargo del Ministerio de Educación, en la que se integran la Universidad del Norte (Barranquilla) y la Universidad Pontificia Bolivariana -UPB- (Medellín) para el desarrollo de un repositorio de videos como parte integral de una Biblioteca Digital Colombiana que “permita el acceso público a contenidos digitales, que apoyen los procesos de enseñanza-aprendizaje de Educación Superior utilizando la red de alta velocidad RENATA” (Ministerio de Educación, 2013, p. 4). Allí se plantea el video como un recurso didáctico, o, en otras palabras, como herramienta educativa.

Del proyecto se destaca el uso del video como una herramienta alternativa, una forma pedagógica diferente, haciendo énfasis en la cocreación docente-estudiante como uno de los logros de esta iniciativa. Nuevamente se presenta lo audiovisual como posibilidad en el proceso de aprendizaje.

Contexto internacional: Apuestas desde el audiovisual para el trabajo sobre algunas habilidades sociales

Estados Unidos y España cuenta con una serie de propuestas que buscan revisar estrategias y modelos de comunicación para los jóvenes en torno a la Promoción de la salud y Prevención de la enfermedad (PyP). En el estudio realizado en población adolescente (de 16 a 18 años), llamado *Educación para la salud en jóvenes: el uso de las nuevas tecnologías en la prevención y adopción de hábitos saludables* (2011) se buscó identificar la efectividad de campañas sobre PyP en los medios sociales y sus procesos metodológicos. Otra de las propuestas al interior del mismo estudio se basó en el aprendizaje participativo, en la que hicieron grupos focales con material audiovisual sobre diversas temáticas alrededor del consumo de drogas (Menéndez Hevia, Cuesta Cambra & Ugarte Iturrizaga, 2011). Todo esto se enfocó en una experiencia de trabajo colaborativo, donde instituciones

educativas, Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y el gobierno intervienen; así como herramientas que permiten el abordaje y desarrollo de programas de salud enfocados en la prevención del consumo de drogas en entornos escolares.

Este trabajo colaborativo dentro de la estrategia metodológica del anterior estudio le apunta más a la creación de material (cortometrajes, videos, imágenes, gifs) desde la percepción de los estudiantes, y busca incentivar, iniciando con la creación e interpretación audiovisual, el conocimiento e implicaciones sobre el consumo de drogas. Se orientan hacia una revisión y una propuesta que varía de acuerdo a la evolución y cambio de paradigmas, permitiendo un acercamiento a jóvenes en entornos escolares (escuela y colegio) con el fin de crear material que posibilita abordar el tema específico de la prevención de consumo de drogas. En éste proyecto se resalta la importancia de la web 2.0 y de las herramientas que allí se disponen en cuanto a la producción y difusión de contenido, muchas veces sin control y de su conveniencia en el trabajo con sus públicos.

Aprendizaje colaborativo en plataformas abiertas

Se identificó material que habla sobre una propuesta por nuevos modelos educativos que se desarrollan día a día. Éstos apuntan a compartir información, a construir conocimiento mediante wikis, programas de código abierto, blogs, video blogs, redes sociales formativas y cursos en línea gratuitos. El artículo es llamado *Experiencias formativas basadas en el uso de Wikis: aprendizaje por competencias, Edupunk y Open Social Learning en la Universidad española. Mito y realidad* (García Manso, 2012); allí se detecta que se aborda una nueva cultura académica y educativa que propone, desde el compartir el conocimiento y la colaboración, una construcción con calidad y factible en el ámbito académico. La pretensión no es dejar a su suerte al estudiante que acuda por ayuda, sino, a través de material audiovisual, así como programas de edición y creación, construir herramientas que le permitan entender su alrededor, situarse desde una mirada global para que, ayudado por un psicoorientador, pueda identificar la suya en particular para así darle un correcto trámite.

El internet y las páginas web como herramientas de aprendizaje

Desde *Educación 3.0*, página web cuyo objetivo es el de “acompañar a la comunidad educativa en la necesaria transformación de la educación para adaptarse a la nueva realidad de la sociedad del siglo XXI” (Educación 3.0, 2020), plantean el trabajo de la inteligencia emocional por medio de 20 cortos audiovisuales. Hay un abordaje inicial desde las narrativas audiovisuales que dan luces a la manera en cómo se han desarrollado temas cercanos a habilidades sociales mezclado con el audiovisual, utilizando videos y complementando espacios como talleres, lo cual puede abrir

posibilidades en la manera en la que se maneje este tema desde productos digitales con herramientas audiovisuales. Sin embargo, la página no ahonda en términos de metodología, solo dispone el material, una sinopsis de los videos y la utilidad a nivel temática que puede ofrecer en el abordaje de la inteligencia emocional.

En este rastreo inicial, se comienza a identificar una serie de proyectos y propuestas con una intención de uso del formato audiovisual en el ámbito educativo, específicamente en temas de carácter similares al de habilidades sociales. Si bien se enfocan en educación básica primaria, básica secundaria y media vocacional, se hace uso de narrativas y formatos audiovisuales que pueden servir de base para el trabajo del presente proyecto.

Investigaciones enfocadas a las habilidades sociales en la formación profesional

La Organización Mundial de la Salud propone como uno de los objetivos de las instituciones universitarias el enfoque en la formación de profesionales competentes con valores e ideales de autonomía ética y cooperación científica. En relación con ello, la OMS resalta la importancia de enfatizar en la formación y desarrollo de habilidades que complementen la formación académica. Ya desde el Plan de Desarrollo Universidad de Antioquia se reconoce que:

En el ciclo de vida estudiantil, la Institución fortalecerá la articulación con los niveles de educación precedente para mejorar las condiciones de acceso. Contribuirá en la integración a la vida universitaria, la formación integral, las estrategias de acompañamiento para la permanencia, y el desarrollo de potencialidades académicas, científicas, epistemológicas, culturales, éticas, estéticas, deportivas, sociales y ambientales de los estudiantes, con el propósito de consolidar las capacidades del profesional para afrontar el ámbito laboral con responsabilidad social. (Universidad de Antioquia, 2017, p. 50)

Parte de esta recomendación se enfoca en el abordaje de habilidades de carácter socioafectivo indispensables para la interacción con otros y la confrontación de la realidad (Organización Mundial de la Salud 2003).

Ya se pueden encontrar estudios que abordan el tratamiento de problemas psicológicos (como estrés, ansiedad o pánico) como la investigación expuesta por el Docente investigador de la Escuela de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Pontificia Bolivariana (Montería), Julián Forero Sandoval (2014), *Distraer el dolor: un nuevo reto para los videojuegos en el mundo de la*

ciberpsicología, donde se ha comprobado la efectividad de métodos audiovisuales y multimedia para disminuir dichos factores (p. 17), como lo son los videojuegos. De igual modo, se encuentran investigaciones respecto a la manera en la que nuestros cerebros enfocan la atención cuando se argumenta y expone con una narrativa acertada, como lo expone Bower, Gordon H. psicólogo cognitivo y Clark, Michal C. al presentar en su investigación *Narrative stories as mediators for serial learning* publicada por la *Psychonomic Society journal* (1969), donde exponen que los recuerdos se pueden fortalecer con una historia. El cerebro humano presta mucha más atención a la información cuando se trata de una narrativa.

En la medida en que el ser humano puede asociar lo que desea recordar con estructuras que ya se encuentran preestablecidas en la mente, mucho más sencillo será recordar. De este modo creamos una narrativa. Así, cuando se trata de recuperar ese recuerdo, más formas tendremos de conseguirlo. “La historia, el lugar y las emociones son la base de nuestros recuerdos más fuertes” (Vox, 2019).

Capítulo II:

Referentes necesarios para una revisión conceptual y teórica de elementos tradicionales en plataformas digitales

Este apartado aborda las nociones sobre narrativa, microrrelato audiovisual y sus formas de uso en entornos digitales. Dicha revisión le aporta, como fundamento, a la búsqueda que se realizó en la aplicación metodológica y en la exploración de algunos de los contenidos audiovisuales, especialmente enfocados en la producción de microrrelatos audiovisuales digitales que desarrolla e implementa la Universidad de Antioquia (Medellín) en las plataformas digitales YouTube, Facebook e Instagram, específicamente los referidos al desarrollo de habilidades sociales. En segundo lugar, trata las habilidades sociales propuestas por la Organización Mundial de la Salud (OMS) en el informe de 1997, al ser éste el documento que precisa los planteamientos dispuestos inicialmente en el informe de 1993 (OMS, 1997). Posteriormente se trabajan los contextos de educación superior y cómo la Universidad ha sido un actor clave para abordar la propuesta de la OMS por medio de su propuesta estratégica desde la Dirección de Bienestar Central, con actividades y campañas preventivas. Por último, el capítulo aborda un apartado donde se revisa la forma en que esta dependencia universitaria utiliza los formatos como el microrrelato audiovisual y los productos breves en sus plataformas digitales, específicamente en sus redes sociales.

De narrativa a microrrelato audiovisual digital.

Previo al abordaje del microrrelato audiovisual digital se define: *narrativa*, *narrativa audiovisual*, *microrrelato* y *microrrelato audiovisual digital*. Dichos términos son de utilidad para dar bases a la forma en que se usan sus definiciones en el ámbito universitario, específicamente a la hora de contar una historia. Se trabajan a partir de la definición base, entendida desde la narrativa y cómo ésta plantea una guía a la hora de interpretar la narrativa audiovisual, su uso en la construcción de historias, y cómo con estos elementos se construyen los microrrelatos y sus versiones audiovisuales. Principalmente se busca aclarar el amplio universo que abarcan las definiciones de acuerdo con el campo de estudio, de la narrativa en la literatura y cómo se desglosa y fundamenta la manera en la que se cuenta o se narra una historia. También permite soportar lo tratado respecto al microrrelato audiovisual, haciendo la distinción o separación entre éste y el microtexto.

Narrativa

Considerando lo propuesto por José R. Valles Calatrava y por Francisco Álamo Felices³, en su *Diccionario de teoría de la narrativa* (2002), se estiman las siguientes acepciones de *narrativa*:

Bajo este término se agrupan distintos sentidos relacionables pero diferenciados: la narrativa en cuanto enunciado o incluso en cuanto acontecimientos representados por ese enunciado (lo narrativo frente a lo narrado, el discurso frente a la historia, la forma narrativa frente al contenido narrativo); la narrativa en tanto que acto relator, como acto de narración según la propuesta de Genette (1972); la narrativa incluso como macromodalidad literaria, como componente del esquema ternario de los géneros –lírica, narrativa y drama– que, funcionando desde la Antigüedad y, pese a las dudas y oscilaciones, es hoy comúnmente aceptado por la mayoría de los teóricos. (Valles y Álamo, 2002, p. 461)

De acuerdo con los autores, y como interés de la presente investigación, la narrativa será asumida en sus tres sentidos, es decir: *enunciado*, *acto relator* y *macromodalidad literal*. En el abanico de opciones en el relato, como aclaran Álamo y Valles (2002), se aprecian diversas características que en ocasiones son similares y contienen rasgos análogos a este grupo en particular. Dichas características vendrían a ser diversas, como relato comunicativo donde se aprecia un actor que cuenta una determinada acción, condicionada a un espacio y tiempo propio del relato, con personajes identificables; la presencia de una voz en tercera persona con una historia que cuenta con la complicidad del lector, y que a su vez es responsable de la forma en que desarrolla la historia en estos textos literarios y no en la historia; una sutil recomendación al cómo interpretar la realidad; la reproducción de la historia de forma asincrónica, entre otras.

Continuando con las definiciones que aportarán las bases a la investigación, daremos un recorrido por el *relato* como concepto ligado estrechamente a la *narración*. Nuevamente Valles y Álamo, en su *Diccionario de teoría narrativa* expresan sobre este término, dos acepciones que servirán de guía, en un primer momento referencian al relato como sinónimo de narración, donde los actos comunicativos parten de un narrador que cuenta una historia, de este modo “el relato –o la narrativa– queda definido como macromodalidad discursiva por la existencia conjunta –singuladora y constitutiva en su unión– de dos elementos: un hablante y lo que dice” (Valles y Álamos, 2002 p. 538); en un segundo momento, el relato es abordado como la transformación de la historia por medio del acto de contar, es decir, se simplifica como un esquema de qué se cuenta / quién lo cuenta / cómo lo

³ Profesores de Teoría de la Literatura y Literatura Comparada en la Universidad de Almería, España.

cuenta, o aún más simple, como lo expresan los autores, se llega a la definición de “la narrativa como el relato de una historia por un narrador” (2002).

Narrativa audiovisual

Ahora bien, la narrativa audiovisual se entiende como la convergencia de sonidos e imágenes (fijas o en movimiento) a través de los cuales se narra, se relata o cuenta una historia, que adquiere sentido, precisamente, en la conjunción de la multisensorial audiovisual (estimulación simultánea de la vista y el oído), al disponer la imagen como elemento que despierta en el espectador “un sentimiento de realidad bastante pronunciado en algunos casos, por producir la creencia en la existencia objetiva de lo que aparece en pantalla” (Martin, 1993. p 27), y el sonido como material fundamental (no complementario) que refuerza dicho sentido de realidad.

Marcel Martín, crítico de cine, historiador y secretario general de la Federación Internacional de la Prensa Cinematográfica – FIPRESCI- (sede central en Múnich, Alemania), en su obra *El Lenguaje del Cine* (1993), abre una explicación sobre lo relevante del sonido al describir los aportes de éste en el cine: impresión de realidad, continuidad sonora, empleo normal de la palabra, silencios, música, contraste (p. 124). En suma, se destaca la relevancia de la forma de uso de este recurso para construir realidades audiovisuales donde el espectador tiene la posibilidad de seguir la historia desde sus sentidos, sumado a las propias elaboraciones de acuerdo a lo que ve y oye, enriqueciendo su experiencia.

Microrrelato

El microrrelato surge de las bases del cuento corto. Este tipo de narrativa se caracteriza por su brevedad, particularidad que lo plantea Virginia Guarinos, quien se desempeña en la Universidad de Sevilla como profesora titular, doctora en Filología y en Comunicación Audiovisual, directora de RadiUS, la radio de esta misma Universidad, directora del equipo de investigación AdMira, en medios, imágenes y relatos audiovisuales, en su texto *El microrrelato audiovisual como narrativa digital necesaria* (2010). El microrrelato juega con las características típicas de la narración tradicional ya que, por su misma brevedad, no se permite la profundización en todos los elementos. Ello implica que su historia hace uso de recursos hipertextuales⁴ o de elipsis⁵ fuertes, así como elementos similares, tales

⁴ Al hablar de hipertexto se hace referencia a un sistema estructurado de contenido textual o gráfico, y que se relaciona de forma lógica entre sí desde conexiones lógicas. Ello permite al espectador traer información externa que le permite complementar la que se le entrega en el momento presente.

⁵ La elipsis es considerada dentro de la narrativa y el lenguaje cinematográfico como la omisión de acontecimientos dentro de una historia o relato.

como los estereotipos y personajes tipo, ideas o nociones generalizadas y que ayudan al espectador/lector a dar una noción rápida de lo que puede esperar en el desarrollo de la historia.

Tomando la estructura propuesta por Susana Martínez (año 2011), estudiante de doctorado de la Universidad Rey Juan Carlos (España), quien aborda las formas de consumo y recepción de las nuevas formas audiovisuales, el microrrelato posee rasgos como:

- *Hiperbrevedad e intensidad expresiva*: ambas cualidades condicionadas desde la misma duración del microrrelato; es aquí donde el tiempo escaso obliga a dar un manejo rápido al contenido, condensando la narración, y haciendo uso de los mecanismos de tensión para generar una carga emocional.
- *Ausencia de complejidad estructural*: guía hacia un uso inteligente de las características de la historia, invita a traer elementos que ya se conocen para darle una forma total a la historia.
- *Personajes no descritos*: hace referencia a una completitud que el espectador debe crear en torno a la información que le ofrece la historia; no quiere decir que los personajes sean incompletos, no; por el contrario, estas cualidades en el microrrelato le hacen ser partícipe al espectador al tener que completarlos de acuerdo a su experiencia en la realidad inmediata.
- *Escasez de descripciones de lugar*: está ligada a lo anteriormente mencionado; el uso de lugares comunes, de características que definen espacios y momentos hace innecesario la terminación o elaboración extensiva de la explicación o inventario de un lugar.
- *Fuerte uso de la elipsis*: permite que la historia se cuente, sin contar todos los elementos que la rodean; esta labor recae en el espectador.
- *Final expresivo o enigmático*: juega un papel determinante, al igual que el título de la historia, ya que este último nos da la idea general de la trama -a la vez que hace parte misma de la historia- mientras que el primero nos habla de ese giro que complementa la narración.
- *Intertextualidad para complementar su relato*: complementa y enriquece la historia, permitiendo la intervención de otros elementos sin que necesariamente sean contados, proponiendo al espectador, conectar esas referencias externas -pero necesarias- para darle el sentido a lo que se ve. (p. 950-951)

En este orden, un aspecto fundamental del microrrelato audiovisual es el *ritmo estético*. De acuerdo con Martínez, “el ritmo estético del microrrelato es el que marca su extensión breve, y dicho ritmo nace de una intención por provocar en el espectador un efecto de intensidad deseado” (Martínez, 2011. p. 952). Muestras de ello se aprecia de manera constante en los contenidos que surgen desde diversas plataformas digitales como *Facebook* e *Instagram*, donde se encuentran productos audiovisuales cortos con estas características. Ejemplos específicos de este recurso ampliamente usado se aprecia en DoTheDodo, World Economic Forum, o Goal Cast⁶, canales y perfiles digitales donde se cuentan las historias en un margen de 3 a 5 minutos, condensando la información y aprovechando los elementos audiovisuales (las imágenes, textos y sonidos aportan a estos contenidos enriqueciendo la narrativa).

Microrrelato audiovisual digital

La definición de *microrrelato audiovisual digital* se acerca a la descripción que Martínez ha expuesto sobre microrrelato, ya que ambos se caracterizan por la simpleza visual, la inmediatez y el uso de elipsis que permitan contar una historia usando un tiempo mínimo; se nutre enormemente de la capacidad de la imagen para complementar su trama; y, sumado a ello, busca desde lo narrativo un espacio para reflexionar sobre el relato usando la intertextualidad. Tanto en el microrrelato como en el microrrelato audiovisual digital, para Guarinos (2009): “Esta rapidez es la que obliga a la esencialidad, a la lógica de la condensación temporal y a la selección expresiva y estructural” (s.f.).

El microrrelato audiovisual digital comparte similitudes, de una forma amplia, en varias de sus características con la definición de *micrometraje* que propone Ary E. Malaver Copara, doctor en Filosofía de la Universidad de Georgia (Estados Unidos). Este autor considera que el micrometraje es “es una rearticulación contemporánea de lo breve que ejemplifica el interés humano por una comunicación marcada por rasgos como la esencialidad y lo inmediato” (2017, p. 139). Para él existen unas características formales del microrrelato audiovisual: elipsis, simpleza visual, temporalidad lineal, espacios y personajes esquemáticos, final sorpresivo, vínculo entre título e historia. Éstas fueron identificadas como relevantes en la producción de microrrelatos audiovisuales digitales en la Universidad de Antioquia, aportando a la definición de los ítems clave para el proyecto de investigación, es decir, la simpleza visual, el uso de elipsis, la temporalidad lineal, y el uso de

⁶ Estas plataformas usan el formato audiovisual para mostrar sus contenidos a través de páginas en la web, así como redes sociales. DoTheDodo es una marca altruista que busca donaciones para proyectos pequeños y locales. El Foro Económico Mundial es la organización internacional comprometida con mejorar el estado del mundo a través de la cooperación público-privada en el espíritu de ciudadanía global. Goal Cast busca inspirar a sus públicos en el mundo a la búsqueda de sus sueños a través de historias motivacionales, discursos y más.

personajes y espacios esquemáticos, en la medida en que sirvieron de referente para determinar los microrrelatos audiovisuales digitales que maneja la institución.

Malaver, aborda los conceptos de microrrelato y micrometraje en su trabajo doctoral *Microrrelato y micrometraje: paradigmas contemporáneos de la brevedad en la literatura y el cine latinoamericano y español. Aproximaciones teóricas y éticas* (2015); allí, Malaver los explica como una “rearticulación contemporánea de lo breve que ejemplifica el interés humano por una comunicación marcada por rasgos como la esencialidad y lo inmediato” (p.139). Para Malaver, el micrometraje vendría a plantearse en el audiovisual a lo que el microrrelato es a lo textual, es decir, las formas de consumo ágiles en el formato escrito, con su inmediatez y resolución rápida, también se aprecian en el mundo audiovisual, con características cercanas en tiempo, simpleza y elementos narrativos.

De estos microrrelatos audiovisuales digitales revisados por Malaver -asumiendo como sinónimo el micrometraje y el microrrelato audiovisual-, y de los cuales se tomaron sus características y definiciones para el desarrollo de la investigación, se hizo énfasis en las siguientes:

- La *hiperbrevidad* es la esencia de todo microrrelato. Siendo una característica vinculada desde la palabra misma, el tiempo es uno de los factores que determinan este tipo de contenidos, ya que es desde allí que, como lo establece Malaver, esta característica “es la responsable de una serie de fenómenos que derivan de ésta” (Malaver, 2017, p. 148).
- La *narración o narratividad*, es otro de los factores que influyen en el establecimiento de las características del microrrelato. Ésta se define dentro del margen de contar una historia, de narrar, o mostrar de acuerdo a su posibilidad de tiempo y espacio, haciendo uso de elementos de sonido e imagen para sostener un relato que no es necesariamente oral. Como lo expresa Malaver, “aunque muchos micrometrajes ‘cumplen’ con contarnos una historia a la manera del cine más tradicional (introducción, nudo, desenlace, aun si se subvierte ese orden o si se eliden algunas de esas etapas), en algunos casos la narración puede ser difusa o carecer de mayor tensión (reclamo común al microrrelato)”. (Malaver, 2017, p. 149).
- La *inmediatez* de lo narrado es fundamental en esta microforma. Para poder contar, dentro de las condiciones establecidas por el microrrelato audiovisual, con un tiempo y recursos limitados, la lógica de visualización y el ahora, implica que su forma debe aprovechar una cierta habilidad para contar y mostrar, condensar, ser concretos y recurrir de manera ágil a la esencia, a ser selectivo, para dar una sensación de velocidad. Como lo expresan Guarinos y Gordillo “esta rapidez es la que obliga a la

esencialidad, a la lógica de la condensación temporal y a la selección expresiva y estructural” (Guarinos y Gordillo, 2010).

- *Omitir para que otros construyan*, es otra de las características básicas del microrrelato, como la elipsis, donde la historia es complementada por el espectador, dando sentido a partir de las construcciones propias de su realidad; el uso de las elipsis en el microrrelato audiovisual se plantea como un recurso útil a la hora de contar historias. La idea es que el espectador recree, de acuerdo con los elementos propuestos, el pasado y el futuro de lo narrado. Esta técnica narrativa y cinematográfica busca optimizar el tiempo de duración, aspecto fundamental en estos productos.
- Se hace uso de la *simpleza visual* e incluso *simpleza sintáctica*, donde habrá escasas secuencias o escenas, con planos reducidos y un minimalismo que permita el no perderse la historia narrada; al abordar la simpleza sintáctica y visual de lo narrado, se hace referencia al conjunto mínimo de acciones y de texto requeridos para la narración de una historia. Se podría decir que el minimalismo juega un papel importante en los microrrelatos audiovisuales digitales, en la medida en que las escenas, los planos, los textos y la historia, condicionada por la brevedad, se caracterizan por estar presentes de manera reducida. De acuerdo con Malaver al referirse a algunos ejemplos de microrrelatos audiovisuales, “En todos ellos abundan los espacios cotidianos y dominan los planos únicos, con encuadres bastante reducidos también, elaborando así una propuesta que facilita la lectura del mensaje” (Malaver, 2015, p. 154).
- La *temporalidad lineal* es otro de los conceptos del microrrelato audiovisual digital, aunque una herramienta de este es la estructura *in media res*, donde el inicio es presupuesto por la audiencia, esta permite un seguimiento claro a la historia.
- Los *espacios y personajes esquemáticos* son clave a la hora de narrar en formatos breves. Aquí se hace uso de personajes tipo, o estereotipos que permitan al espectador complementar la información sobre ellos. Se hace referencia a estas características reducidas, pero marcadas, de modo que los personajes casi parezcan anónimos. Lo importante es la narración, y la simpleza del personaje es en efecto un común denominador en las narraciones breves. Como resalta Malaver (2012, p. 156), los personajes están limitados a cumplir una acción.
- La *intertextualidad* en el microrrelato audiovisual digital funciona en el sentido en que permite captar la atención en el espectador. Hacerlo partícipe de la historia, vincularlo

de manera indirecta, se plantea como un recurso valioso a la hora de narrar. La intertextualidad funciona de muchas formas, y Malaver (2015) lo resalta al mencionar que “la capacidad de aludir a distintos textos es un recurso imprescindible a la hora de proyectar mensajes en poco tiempo” (p. 160).

- Al establecer el *final sorpresivo* se tiene en cuenta que es una forma preponderante, de acuerdo con Malaver (2015), se permite que este cierre de paso a diversas interpretaciones, por lo que no hay un final único, nuevamente se da cuenta de la importancia del espectador en la narración de la historia. Inclusive, desde el inicio se involucra a éste, ya que el vínculo entre título e historia permite una interpretación rápida de la narración que el espectador puede tener.

Las características desarrolladas anteriormente se plantearon como los criterios bajo los cuales se realizó la revisión documental, así como las establecidas para la selección y el posterior análisis de los microrrelatos audiovisuales digitales que se indagaron en las dependencias administrativas, unidades académicas y, en general, en las áreas de la Universidad de Antioquia designadas para la aplicación de los instrumentos de investigación.

Habilidades sociales - Habilidades para la vida

Las habilidades sociales o habilidades para la vida, son necesarias en la medida en que posibilitan una amplia variedad de estrategias para afrontar el día a día. Permiten construir, desarrollar y valorar la realidad, enfrentarse a retos diarios y mejorar las condiciones dadas por la cotidianidad, así como generar cambios en el entorno cercano, partiendo de la búsqueda del bien común al aplicarlas en ámbitos personales, familiares, sociales, laborales, educativos, entre otros. De acuerdo con Martínez Ruíz, docente de la Pontificia Universidad Javeriana, éstas son solo algunas de las oportunidades que se pueden alcanzar con una correcta implementación de un modelo educativo basado en las habilidades para la vida: “atienden a lo específico de los sujetos, pero no olvidan su mundo social; puede desarrollarse como un proyecto, pero es ideal si se transversaliza en todas las áreas” (Martínez, 2014. p.25).

De acuerdo con lo expuesto en el informe presentado por la OMS en 1997, denominado *Life skills education for children and adolescents in schools*, se asumen las siguientes como habilidades sociales positivas y necesarias para las exigencias y retos de la vida diaria:

- **Toma de decisiones:** considerada desde el punto de vista de la salud, permite actuar de manera constructiva sobre la vida, al evaluar las diferentes opciones y efectos que cada una conlleva.
- **Manejo de problemas y conflictos:** de la mano de la toma de decisiones, los problemas son una constante en el día a día. Saber identificarlos y lidiar con ellos hace parte de la preparación para la vida.
- **Pensamiento creativo:** visto como herramienta, el pensamiento creativo permite encontrar respuestas, soluciones, aperturas, ideas y alternativas en la toma de decisiones y la solución de problemas. Ayuda a pensar en formas diferentes, a adaptarse al cambio y a ser flexibles ante la cotidianidad y los retos.
- **Pensamiento crítico:** aporta a la capacidad analítica de la realidad. Permite reconocer y evaluar el entorno inmediato que influye en la cotidianidad.
- **Comunicación asertiva:** la efectividad a la hora de comunicarse es imprescindible para la socialización con el otro. Saber expresar opiniones, deseos, ideas, temores y demás de manera verbal y no verbal hace parte del reto de la convivencia con el otro.
- **Relaciones interpersonales:** son la base de la sociedad. Mantener relaciones sanas hace parte de un comportamiento efectivo y positivo para las personas. Y al hablar de relaciones interpersonales, se habla de amistades, familiares, compañeros de trabajo, y todos los círculos sociales en los que la persona pueda participar de manera activa y saludable, tanto física como mentalmente.
- **Autoconocimiento:** se hace referencia al saber y reconocer habilidades, fortalezas, debilidades y capacidades con las que la propia persona cuenta. Permite reconocer momentos tensionantes y también las maneras en las que se reacciona ante ellos.
- **Empatía:** luego de ese reconocimiento de sí mismo, entra a jugar el reconocer al otro. Cómo se siente, cómo está, cuáles son sus temores. La empatía forma parte de aceptar la diferencia. De reconocer que las personas hacen parte de un conjunto social, de una realidad social que requiere ser construida por todos los elementos que la componen.
- **Manejo de emociones y sentimientos:** hace referencia a saber reconocer y manejar de manera adecuada tanto las emociones propias como las de los demás, así como responder de manera apropiada a ellas.
- **Manejo de tensiones y estrés:** se refiere al reconocimiento del estrés, sus fuentes y sus consecuencias para poder actuar siempre de la mejor manera para reducir tanto

sus causas como sus consecuencias. Buscar maneras de relajarse, o de lidiar frente a un estrés no controlado es parte importante de la vida en la actualidad. (p. 2-3)

Informes posteriores de la OMS partiendo del 2003, clasifican las habilidades para la vida en tres categorías o dimensiones debido a su interrelación a la hora de abordarlas, dichas categorías son: las habilidades de comunicación e interpersonales, las habilidades para el pensamiento crítico y la toma de decisiones; y las habilidades para el afrontamiento y la autogestión. En esta actualización, se añaden habilidades de abogacía, dado que son útiles a la hora de defender esfuerzos personales y colectivos. De acuerdo con la propuesta del 2003, “The process of categorizing various life skills may inadvertently suggest distinctions among them. However, many life skills are interrelated, and several of them can be taught together in a learning activity”⁷ (OMS, 2003, p. 8).

Considerando lo anterior, para el desarrollo de la presente investigación se acogen ambos informes presentados por la OMS, ya que en el de 1997 se disponen los fundamentos de las habilidades sociales y en el de 2003 se proponen los cruces o interconexiones entre ellas, identificando así, con mayor claridad, su incidencia, relevancia y pertinencia en los procesos de formación en la educación superior y el posterior ejercicio profesional. En tal sentido, para el 2003, la OMS recomienda agrupar las habilidades sociales de la siguiente manera:

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	HABILIDADES DE TOMA DE DECISIONES Y PENSAMIENTO CRÍTICO	HABILIDADES DE AFRONTAMIENTO Y AUTOGESTIÓN
<p>Habilidades de comunicación interpersonal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comunicación verbal y no verbal. - Escucha activa. -Expresar sentimientos; dar retroalimentación (sin juzgar) y recibir retroalimentación. <p>Habilidades de negociación/rechazo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Negociación y gestión de conflictos. - Habilidades de asertividad. - Habilidades de rechazo. 	<p>Toma de decisiones/Habilidades para resolver problemas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Habilidades para recopilar información - Evaluar las consecuencias futuras de las acciones presentes para uno mismo y para los demás; determinar soluciones alternativas a los problemas. - Habilidades de análisis sobre la influencia de los valores y las actitudes sobre uno mismo y los demás en la motivación. 	<p>Habilidades para aumentar la confianza personal y habilidades para asumir el control, asumir la responsabilidad, marcar la diferencia o generar cambios</p> <ul style="list-style-type: none"> - Construir autoestima/confianza. - Crear habilidades de autoconfianza, incluida la conciencia de los derechos, influencia, valores, actitudes, derechos, fortalezas y debilidades. - Establecer metas.

⁷ El proceso de categorizar varias habilidades para la vida puede sugerir inadvertidamente distinciones entre ellas. Sin embargo, muchas habilidades para la vida están interrelacionadas y varias de ellas se pueden enseñar juntas en una actividad de aprendizaje (Traducción personal).

<p>Construcción de empatía -Habilidad de escuchar, entender las necesidades y circunstancias de los otros y expresar esa comprensión.</p> <p>Cooperación y trabajo en equipo -Respeto por las contribuciones y estilos de los otros. - Evaluar las propias capacidades y contribuir al grupo.</p> <p>Habilidades de defensa - Habilidades de influencia y persuasión. -Habilidades de networking y motivación.</p>	<p>Habilidades de pensamiento crítico - Analizar las influencias de los compañeros y los medios - Analizar actitudes, valores, normas sociales, creencias y factores que las afectan. -Identificar información relevante y fuentes de información.</p>	<p>Habilidades de autoevaluación/autocontrol - Manejo de la ira - Lidar con el duelo y la ansiedad. - Hacer frente a la pérdida, el abuso y el trauma.</p> <p>Habilidad para el manejo del estrés - Manejo del tiempo. - Pensamiento positivo. - Técnicas de relajación.</p>
---	---	--

Tabla tomada de *Life skills for skills-based health education* (WHO, p. 9, 2003) (Traducción propia)

Derivados de esta tabla, así como de la propuesta inicial demarcada por las diez habilidades sociales, se plantean los pilares y se postulan dichas habilidades sociales como la base en el desarrollo de las competencias psicosociales de las personas, especialmente de los jóvenes y población estudiantil donde:

Psychosocial competence has an important role to play in the promotion of health in its broadest sense; in terms of physical, mental and social well-being. In particular, where health problems are related to behaviour, and where the behaviour is related to an inability to deal effectively with stresses and pressures in life, the enhancement of psychosocial competence could make an important contribution. (WHO, 1997)⁸

El énfasis que se trabajó tuvo como enfoque la enunciación que hace la propia OMS, donde expone que estas habilidades son “a core set of skills that are at the heart of skills-based initiatives for

⁸ “La competencia psicosocial tiene un papel importante que desempeñar en la promoción de la salud en su sentido más amplio; en términos de bienestar físico, mental y social. En particular, cuando los problemas de salud están relacionados con el comportamiento, y cuando el comportamiento está relacionado con la incapacidad para afrontar eficazmente el estrés y las presiones en la vida, la mejora de la competencia psicosocial podría hacer una contribución importante.” (Traducción personal).

the promotion of the health and well-being”⁹ desde la perspectiva propuesta en su informe de 1997. El hecho que sea una organización globalmente reconocida le otorga un peso a su propuesta, y esto queda demostrado en los estudios que diversos autores han presentado en sus investigaciones y trabajos académicos. En los párrafos posteriores se explicarán algunos de estos estudios, sus alcances e impacto en relación con las habilidades sociales.

Habilidades sociales en contextos de educación superior

Las habilidades sociales, cuya divulgación y promoción se encuentre mediada por nuevas formas del audiovisual, ganan cada vez más terreno en las plataformas digitales. En la exploración de experiencias cercanas se encuentra lo expuesto por Begoña Alfageme, Doctora en Educación, docente del Departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Murcia; y Pedro Sánchez, PhD en Pedagogía, docente del Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Universidad de Murcia, quienes pertenecen al Departamento de Didáctica y Organización Escolar de la Facultad de Educación de la Universidad de Murcia, donde muestran en su investigación *Aprendiendo habilidades con videojuegos* cómo los estudiantes, jóvenes y adultos jóvenes tienen a este formato muy vinculado a su vida cotidiana. Alfageme y Sánchez (2002) sostienen de los videojuegos que “no hay duda de que permiten aumentar la motivación para el aprendizaje, pero también se pueden utilizar para el trabajo de aspectos relativos a la autoestima, ayudándonos a que determinadas materias y entrenamientos sean más positivos” (p. 118).

Desde la propuesta *Habilidades para la Vida: una propuesta de formación humana (2014)*, escrito por Víctor Martínez, especialista en Pedagogía de la Universidad Nacional y especialista en Investigación Educativa en Contextos de Educación Superior, de la Universidad de San Buenaventura (Colombia), se aprecia que el modelo de *Habilidades para la Vida* propuesta por la OMS ha sido relevante en la medida en que ha ayudado en entornos educativos específicos en temas de drogas, educación sexual y formación ciudadana, tal y como lo manifiesta en su artículo. De igual forma, resalta la posibilidad de una formación integral, cuando se aplica el modelo integrado en todos los niveles educativos y se presta como un material transversal a todas las áreas tanto al interior, como al exterior de las instituciones de educación.

⁹ “Un conjunto básico de habilidades que están en el centro de las iniciativas basadas en habilidades para la promoción de la salud y el bienestar.” Traducción personal.

Respecto a la formación integral, tomando como caso particular a la Universidad de Antioquia, se puede encontrar en su Plan de Desarrollo 2017 – 2027 la descripción adoptada por esta investigación, a saber:

La formación integral implica, además de la formación básica propia de cada programa, la flexibilidad curricular y la oportunidad que tienen los estudiantes de acceder a aprendizajes en temas deportivos y de autocuidado; artes, humanidades e idiomas; formación ética, ciudadana, política y ambiental; y en juicio crítico y todas las competencias elementales para el desarrollo del ser humano. (Universidad de Antioquia, 2017. P. 87)

En el contexto Universidad de Antioquia, el desarrollo de habilidades sociales se presenta como un asunto relevante en la formación de profesionales integrales, a la vez que se toma como un asunto transversal a las experiencias de aula. Prueba de ello las ofrece el propio personal encargado de las diferentes dependencias y unidades académicas en sus diferentes proyectos:

Estudiar a lo bien¹⁰ está planteado como una estrategia que, entre otras actividades y competencias, busca abordar aspectos emocionales, biológicos, vocacionales, y profesionales, así como habilidades que mejoren sus procesos de aprendizaje, que le permitan favorecer su desempeño académico y que le potencien las habilidades sociales y personales, como el manejo de la ansiedad y el hablara en público. Todo esto mediante la asesoría, el acompañamiento psicopedagógico y los talleres y harlas por parte de profesionales del área de las ciencias sociales, y que, de acuerdo con Hosman Arcila, psicoorientador de la Universidad, se presta y replica en todas las unidades de Bienestar de cada Facultad, Escuela e Instituto que tiene la Institución.

Ruta de prevención del suicidio¹¹ está planteada, desde Bienestar Universitario, como una estrategia que sirva de guía a la población universitaria ya sea para estudiantes vulnerables o su círculo cercano. Con esta acción la Universidad le apunta directamente a prevenir y abordar temáticas de habilidades mentales, ofrecer herramientas que puedan ayudar a prevenir temáticas de riesgo en salud mental, así como orientar a toda la comunidad en la toma de decisiones con sentido. Desde el servicio Ánimo, de Bienestar, trabajan con diversos públicos, abriendo espacios de escucha, siempre

¹⁰ Desde la descripción que ofrece la Dirección de Bienestar Universitario en el Portal www.udea.edu.co, el público al cual está dirigido esta estrategia son estudiantes de pregrado y posgrado, donde se busca brindar apoyo y acompañamiento para que desarrollen y fortalezcan competencias psicopedagógicas que beneficien su formación de manera integral, así como sus posibilidades en el mundo laboral.

¹¹ Estrategia de la Dirección de Bienestar Universitario que busca orientar y apoyar a las personas vulnerables a esta situación.

buscando encontrar en conjunto estrategias que sirvan para afrontar los retos y situaciones de la vida cotidiana.

Sexualidad y amor saludables – SEAMOS¹²: de acuerdo con la descripción dispuesta en su portal web, este programa

se propone acompañar a la comunidad universitaria, por medio de actividades formativas, informativas y asesorías psicológicas y de salud sexual y reproductiva que fomentan y facilitan la experiencia de una sexualidad y afectividad conscientes, saludables, placenteras, responsables y libres de violencias y discriminación. (UdeA. S.f.)

Con este servicio, la Dirección de Bienestar Universitario ofrece un espacio individual, en pareja o grupal para abordar temas de interés en las relaciones sociales, como la vida sexual responsable, planificación, duelos amorosos, diversidades sexuales y otros más.

#NoGéneroViolencia: dentro de su plan de trabajo respecto a las violencias basadas en género, la Dirección de Bienestar Central creó la ruta de atención a la que pueden acudir todos los integrantes del Alma Máter. Desde allí se busca alzar la voz en contra de este tipo de violencias, establecer las acciones institucionales para la prevención, tales como actividades reflexivas, académicas, así como el planteamiento de espacios que proporcionen a la comunidad herramientas para defender la vida, el amor propio y el colectivo.

Otros espacios: así como los anteriormente mencionados, la Dirección de Bienestar Central también abre otras estrategias que buscan acompañar a la comunidad universitaria en su formación. Estos espacios son de tipo cultural, deportivo, recreación y apoyo social. Ya sea de forma directa o indirecta, estos espacios van orientando y complementando el paso que estudiantes, docentes y personal administrativo tiene dentro del campus.

Microrrelatos audiovisuales digitales y redes sociales

El microrrelato se identifica actualmente como un formato común en redes y medios digitales. Tomando en cuenta las palabras de Martínez (2011), en su artículo *MICRORRELATO AUDIOVISUAL. La estética de la brevedad como “snack” cultural*, se muestra el microrrelato como un formato de consumo de arte, cultura, información que se ha adaptado a la cibercultura y a la vez evolucionado hacia una nueva estética derivada de las demandas de los consumidores. Estos nuevos formatos han

¹² En este programa se busca el establecimiento y fomento de prácticas saludables dentro del ejercicio de la sexualidad y las relaciones sentimentales de la comunidad universitaria de la Universidad de Antioquia.

cochado mayor fuerza gracias al desarrollo de medios y tecnologías en los canales de comunicación. La red, el internet, las redes sociales y otros espacios han dado cabida a estas nuevas formas de narración, lo que ha llevado, según Martínez, a diversas consecuencias:

(...) se observa cómo ha aumentado la aceptación del microrrelato plasmándose en un crecimiento de las propuestas en Internet. Este modelo se instaura como una nueva forma de consumo de ocio y cultura, dentro de un marco extensible a los microcontenidos, nacidos de las nuevas tecnologías. (Martínez 2011. p. 956)

Éstos microcontenidos aparecen constantemente en los espacios y herramientas que usan los estudiantes universitarios en sus redes sociales virtuales (Facebook, Instagram, Snapchat y YouTube). En el caso de la Universidad de Antioquia, tanto en sus redes sociales como en su portal universitario, se hace uso del *microtexto* dentro de los formatos audiovisuales digitales para diversas estrategias, como la de informar sobre sus eventos, educar a sus públicos sobre diversos temas o enviar mensajes relacionados con su quehacer. En su plataforma de YouTube¹³, por ejemplo, se puede encontrar microrrelatos como el de la lista de reproducción “*Pregunta y verás*”, donde explican de forma técnica, temas cotidianos y curiosidades, una manera de divulgación científica por medio del microrrelato audiovisual digital.

Como antesala para poder abordar los conceptos de microrrelato con un contexto acorde, se explican los conceptos que dan fundamento al entorno virtual, así como la forma de construcción planteada desde la Universidad para este espacio existente por fuera del plano físico.

La cibercultura, el primero de los conceptos, se define como un concepto asociado a un sentido nuevo desde la “mediación de instrumentos informáticos como el aprendizaje, la cultura, la realidad o la sociedad” (Siles, 2005. p. 59). Ignacio Siles Gonzales, profesor e investigador de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Costa Rica, magíster en Comunicación, con énfasis en comunicación mediática y tecnologías, de la Universidad de Montreal, Canadá, en su trabajo *Internet, virtualidad y comunidad* comenta que cuando se hace referencia a una comunidad en la virtualidad, se habla de que ella está y se mantiene en los discursos que buscan dentro de sus propósitos, explicar las dinámicas y comportamientos de grupos en línea. (2005). Esto, para la investigación desarrollada, implicó entender que, dentro de los públicos indagados, las redes sociales, los productos que allí se comparten, y su funcionamiento y dinámicas, se basan en discursos que

¹³ <https://www.youtube.com/user/UniversidadAntioquia>

rondan esta idea de comunidad y construcción de realidad, de experiencias con formas propias de estos desarrollos, redes y colectivos.

Las redes sociales han existido desde la creación de comunidades en la sociedad. Hablamos de una forma de construir sociedad en conjunto, que no es más que el establecimiento de nodos, de relaciones o de sociedades en torno a un interés común. Cuando se habla de redes sociales digitales, se hace referencia al traslado de éstas a un entorno virtual. Una comunidad virtual. Para ser más precisos, tomaremos la definición de Sara Gallego Trijueque, en su trabajo de investigación *Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010)* para optar por el grado de Doctor en la Universidad Complutense de Madrid, en la Facultad de Ciencias de la comunicación, donde la precisa así:

La definición más concreta y precisa sobre el tema la exponen sobre los sitios Web de redes sociales «como los servicios basados en la Web que permiten a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de usuarios con los que comparten una relación, y ver y recorrer sus listas de relaciones y aquellas hechas por otros dentro del sistema. ((Boysb & Ellison, 2007) en Gallego, 2016, p.164)

Otro de los conceptos que puede dar más claridad respecto al habitar en la virtualidad, a la noción de construcción de realidad en comunidad dentro de las redes sociales, es el de cibercultura. Alejandro Ulloa Sanmiguel, antropólogo y profesor titular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle, en su ponencia Nuevas tecnologías, cibercultura y cultura escrita: entre la educación y la comunicación lleva al lector por el paso de la cultura escrita, relacionando esta noción con la lectura, escritura, el conocer y el conocimiento, para compararlas con la forma en que la cibercultura alude a las nuevas formas de la tecnología en dos grandes áreas, como la inteligencia artificial, desde las tecnologías de la computación y la comunicación entre máquinas, y por otro lado, hace alusión a la circulación de la información en la red (s.f.). En palabras de Ulloa, desde la cibercultura se requiere de “un sistema de conocimientos procedimentales para que los usuarios puedan ejecutar las operaciones que hacen efectivas la comunicación entre los dispositivos electrónicos; y para acceder a la circulación, uso y producción de información en la red” (Ulloa, s.f.).

En cuanto a la educomunicación, desde hace ya más de cuatro décadas se ha venido trabajando en una definición que abarque de manera efectiva, la síntesis y el alcance de este concepto. Se tomará aquí la definición de Mario Kaplún, educomunicador y escritor argentino que en el libro *Una pedagogía de la comunicación (1998)* anota que:

«(...) tendrá por objetivo fundamental el de potenciar a los educandos como emisores, ofreciéndoles posibilidades, estímulos y capacitación para la autogeneración de mensajes. Su principal función será, entonces, la de proveer a los grupos educandos de canales y flujos de comunicación – redes de interlocutores, próximos o distantes – para el intercambio de tales mensajes. Al mismo tiempo, continuará cumpliendo su función de proveedora de materiales de apoyo; pero concebidos ya no como meros transmisores-informadores sino como generadores de diálogo, destinados a activar el análisis, la discusión y la participación de los educandos y no a sustituirlas» (Kaplún, 1998: 244).

Trayendo la definición propuesta por Ángel Barbas Coslado, quien es profesor del Departamento de Teoría de la Educación y Pedagogía Social de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, en su investigación *Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado (2012)*, se refiere a la educomunicación desde un análisis de diversos enfoques, llegando a la acción educomunicativa como un proceso dialógico, donde la práctica de la educación y de sus procesos colaborativos se presentan inseparables. De allí que la construcción de conocimiento y la práctica educomunicativa sean fuertemente ligados, de modo que, al expresar una idea, el interlocutor la comprenda verdaderamente, y tal y como lo sentencia, “En otras palabras, conocer es comunicar y es dialogar” (Barbas, 2012).

La construcción social de realidad

La construcción social de la realidad, como paradigma bajo el que se estructuró la presente investigación, la intención fue tomar los elementos históricos y culturales que están determinando las formas de interacción en contexto entre el público estudiantil y la institución. Como una de las formas a resaltar en las que se construye mediante las redes sociales por medio de la interacción, lo menciona Carlos Ruiz Bolívar, doctor en Psicología Educativa de la Nova Southeastern University, Fort Lauderdale, Florida, USA, en su artículo *Redes Sociales y Educación Universitaria*:

Las redes sociales constituyen un recurso tecnológico derivado de la filosofía de la Web 2.0 y, como tales, favorecen la interacción social, la creación de contenido y el intercambio de información entre usuarios en diferentes formatos. De allí que el principal aporte de las RS a la educación se presente en el plano del aprendizaje tanto informal como formal. (Ruiz, 2016, s.p.)

Toda persona es un sujeto perteneciente a una comunidad, interactúa en unos espacios predeterminados y bajo unas formas establecidas; comparte en distintas realidades, ya sea la presencial o la virtual; y en ambos lugares tiene formas de interactuar. Las formas precisas de la

realidad, de la vida cotidiana, las aprende desde el hogar, pasando por las instituciones de educación básica y, en el contexto actual de la Universidad, las refuerza con sus compañeros y docentes. Tomando las palabras de Berger y Luckmann, “La realidad de la vida cotidiana se me presenta además como un mundo intersubjetivo, un mundo que comparto con otros” (1999, p 40). De acuerdo con sus postulados, en la virtualidad también se vive una realidad que se comparte con otros. Esta puntualización permite destacar la pertinencia de abordar las redes sociales como plataformas estratégicas para la circulación de los contenidos audiovisuales que tratan la promoción de las habilidades sociales en la comunidad estudiantil de la Universidad de Antioquia, analizando formas de intercambio de información y consumo de productos audiovisuales, dadas las facilidades de acceso a través de dichas plataformas (desde las posibilidades para enviar y recibir material audiovisual por medios digitales).

Tiempo de consumo, interacción y convivencia

Tomando como referente al sociólogo y filósofo polaco - británico Zygmunt Bauman¹⁴ (2003), quien expone que “la nueva instantaneidad del tiempo cambia radicalmente la modalidad de cohabitación humana -y especialmente la manera en que los humanos atienden sus asuntos colectivos” (p.135), el tiempo de consumo, de interacción y de convivir con ese otro ha mutado de forma considerable. Hoy en día las formas de relacionarse de las personas son ágiles, rápidas y requieren elementos que favorezcan este ritmo, tal y como se aprecia en los productos que se comparten por medio de plataformas de chat instantáneo, redes sociales y espacios virtuales, donde el contenido que prima es el video de segundos de duración, las frases, los memes -entendiendo el meme como todo “Texto, imagen, vídeo u otro elemento que se difunde rápidamente por internet, y que a menudo se modifica con fines humorísticos” (Lexico, s.f. definición 1)-, así como otras formas breves. Para el caso de los microrrelatos audiovisuales digitales se abordará una de las clasificaciones propuestas por Malaver, donde ubica los contenidos de tipo micrometraje bajo el umbral de los tres minutos. Dicho autor lo expone de la siguiente manera:

Más allá del cortometraje, entonces, el micrometraje se sitúa junto a otras formas como el videoclip, el tráiler, el teaser, el spot publicitario, el micro boletín de noticias y el video casero breve, todos ejemplos de microtextualidad audiovisual. Común a todas estas formas es una

¹⁴ (Polonia 1925 – Reino Unido 2017) Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades, catedrático emérito de Sociología de la Universidad de Varsovia.

duración que suele mantenerse bajo el umbral de los tres minutos. Sin olvidar que existen varias tendencias que no sobrepasan el minuto, como el nanometraje. (Malaver, 2017, p.146)

Las formas audiovisuales que van ganando fuerza en la virtualidad, y la cotidianidad del internet, son las breves e instantáneas. De acuerdo con Guarinos, en esta aparición y proliferación de microcontenidos,

(...) la dimensión temporal se convierte más que en condicionante del relato en esencia óptica de los productos resultantes. En este sentido, la consideración del tiempo como parte de una manera particular de organizar el mundo queda reflejada también en la comunicación. (Guarinos, 2009, p. 36)

Siguiendo esta concepción de Guarinos, la característica de duración, de tiempos para contar ese relato, se vuelve esencia misma de eso que nos cuentan. Todo lo que sea narrado ha de estar creado teniendo en cuenta su duración. Los segundos usados dentro de esta historia han de ser condensados, siempre teniendo presente que, dentro de nuestra capacidad para comunicar, se debe optimizar, sintetizar al máximo aquello que se quiere transmitir.

Un informe de DataReportal¹⁵, muestra cifras significativas para Colombia: de la población total revisada, los usuarios que más acceden a internet, el porcentaje más alto se encuentra entre el rango de los 18 a los 34 años, dato similar a las cifras que arrojan las estadísticas de los estudiantes pertenecientes a la Universidad de Antioquia (ver anexo 1 y 2),

usuarios de Facebook de la página de la Facultad de Ingeniería y también de la de Bienestar de Ingeniería (ver anexos 1, 2 y 3). Entre algunos de los hallazgos de este informe, se encuentra que los usuarios del país usan principalmente las redes sociales digitales de YouTube, Facebook, WhatsApp e Instagram. Del tiempo total que pasan navegando en la red, aproximadamente 9 horas 10 minutos, el promedio que dedican a usar redes sociales es de 3 horas 45 minutos. El uso de redes sociales, a la luz de esta información, es considerable. Las estrategias y acciones que se pueden desarrollar y el contenido que se puede compartir por medio de éstas, pueden generar un impacto.

Interacción y comunicación

En todo contexto, pero teniendo como foco de interés los entornos académicos universitarios, se presentan la interacción y la comunicación como elementos necesarios para la construcción social

¹⁵ Página web dedicada a la recolección de datos y tendencias en la web alrededor del mundo, para desarrollar estrategias digitales útiles a instituciones y empresas, con el fin de tomar decisiones informadas.

de la realidad inmediata entre los involucrados, asunto que es abordado por Thomas Luckmann y Peter L. Berger en su libro *La construcción social de la realidad* (1999):

No puedo existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarme continuamente con otros. Sé que mi actitud natural para con este mundo corresponde a la actitud natural de otros, que también ellos aceptan las objetivaciones por las cuales este mundo se ordena, que también ellos organizan este mundo entorno de “aquí y ahora” de su estar en él y se proponen actuar en él. (Berger y Luckmann, 1999, p. 40)

La Universidad permite dicha socialización. Una elaboración colectiva, social, cultural, que ocurre permanentemente entre todos sus públicos. Toda persona es construida por la realidad en la que interactúa, pero a la vez, es partícipe en la construcción de la misma de acuerdo a sus acciones; si entre todos los actores se modifica esa condición de verdad u objetividad, las habilidades sociales permiten una interacción sana, que facilita los procesos que se dan en la comunidad, abriendo cambios y ajustes a nivel de la construcción social. Desde la Universidad de Antioquia se abren a sus estudiantes diferentes espacios para el trabajo sobre algunas de estas habilidades sociales, citando como ejemplos generales a los talleres de Ansiedad y Vida Universitaria; Hábitos y Técnicas de Estudio; los espacios de asesoría en salud mental; así como el Programa Educativo de Prevención de Adicciones PEPA. Iniciativas como éstas y otras más surgen en la institución y tienen como objetivo aportar al proyecto académico de los estudiantes y a su proyección social como futuros profesionales. La importancia en el trabajo sobre estas habilidades se evidencian en los diferentes esfuerzos por parte de la Dirección de Bienestar Central en dicha universidad.

Apropiación estratégica de las redes sociales digitales

Las habilidades sociales se fundamentan en las particularidades de los contextos sociales y culturales de los individuos, lo que significa la identificación de puntos en común sobre los cuales se facilita el planteamiento de estrategias creativas para su fortalecimiento; tendiendo todo esto en cuenta, lo siguiente, dentro del propósito de la investigación, consistió en definir un medio ideal para trabajar con un público tan variado, como es el estudiantado de la Universidad de Antioquia. Sin embargo, fueron ellos mismos -los estudiantes- quienes desde su cotidianidad entregaron la respuesta: las redes sociales digitales. Y no es un elemento fortuito; para el contexto latinoamericano el uso de tales plataformas, de acuerdo con un estudio realizado por ComScore¹⁶ en el 2017 para

¹⁶ ComScore es una organización dedicada a la planificación, transacción y evaluación de medios en diferentes plataformas digitales.

América Latina, muestra dos resultados importantes. En primer lugar, la afirmación de que “La tecnología móvil añade tiempo y audiencia incremental” (ComScore, 2017, p. 38), en otras palabras, el uso del *celular inteligente* ha aumentado el tiempo que se navega en internet, donde, complementando desde los hallazgos del estudio (dispuestos en uno de los apartados anteriores, *Tiempo de consumo, interacción y convivencia*), las redes sociales son las más usadas por la población menor a los 34 años. Este rango de edad concuerda con los datos entregados por las estadísticas de los estudiantes matriculados en la Universidad de Antioquia, según Data UdeA¹⁷. Y, en segundo lugar, la precisión de que “los videos digitales también se han convertido en parte de nuestra naturaleza digital” (ComScore, 2017. p. 38), lo cual significa que se ha pasado a otras formas de consumo diferentes al texto escrito o a la imagen fija y se incorpora el video como formato en las opciones de consumo. Para la investigación desarrollada, estos datos (suministrados por Data UdeA y ComScore) muestran que las plataformas digitales y el uso del video son factores importantes en la producción del contenido.

En este punto, se presentan a continuación tres aspectos relevantes en el presente ejercicio investigativo:

- El primero, es la relevancia, cada vez más evidente, de la *conectividad*, la *inmediatez* y el *relacionamiento con el otro mediado por la virtualidad*, ya sean las redes sociales, la mensajería instantánea o el internet en general.
- El segundo, las *habilidades sociales* y los *retos académicos* (a los que se les suma la situación actual por la pandemia).
- El tercero, el planteamiento del *microrrelato audiovisual digital como una estrategia creativa para el fortalecimiento de habilidades para la vida*.

El análisis planteado para estos tres elementos se estudió y revisó en conjunto, desde su producción y distribución a través de plataformas digitales, y desde la mediación entre contenidos y personas vinculadas a este contexto específico, ya que dentro del proceso de investigación servirían para clasificación del material revisado dentro de la metodología, y a su vez, se toma como referente para las conclusiones del informe.

¹⁷ Aplicación institucional de información de los públicos de la Universidad de Antioquia.

Capítulo III:

Racionalizando los objetivos y el Marco Metodológico

La investigación se enmarcó, principalmente, dentro de los parámetros propios de la investigación cualitativa con un enfoque interpretativo a partir de un estudio de caso. Para aclarar este marco metodológico se retoman a continuación las definiciones que soportan esta decisión:

En palabras de Carlos Arturo Monje Álvarez, Antropólogo, magíster en Educación y Desarrollo Comunitario, magíster en Comunicación y Docente de la Universidad Surcolombiana, en su libro *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica* (2011), apunta que la *investigación cualitativa* se nutre desde la teoría del conocimiento, de la hermenéutica, la fenomenología y el interaccionismo simbólico, por lo que parte del supuesto de que los actores sociales no son meros objetos de estudio como si fueran cosas, sino que también significan, hablan, son reflexivos. (Monje. p.12); las bondades dentro de la investigación cualitativa se pueden resaltar en la medida en que es un método que sirve para recoger y evaluar datos que no siguen un patrón o una norma, de aquí que dentro de las herramientas aplicadas, la muestra determinada fuera pequeña, con el objetivo de comprender los criterios y motivaciones. Continuando con el planteamiento metodológico, de acuerdo con el investigador Roberto Hernández Sampieri¹⁸ el *enfoque interpretativo* se elige cuando “el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (Sampieri, p. 358, 2014), y, para Sergio Alfaro Díaz De Salas, Magister en Educación Superior de la Universidad La Salle y doctor en Administración Educativa del Instituto Mexicano de Pedagogía, así como para Víctor Manuel Mendoza Martínez docente investigador en la Universidad Motolinía del Pedregal, en México, y también para Cecilia Margarita Porras Morales Doctor/a por la Universidad Complutense de Madrid mencionan en su artículo *Una guía para la elaboración de estudios de caso* (2011) que los estudios de caso “(...) se enfocan hacia un solo individuo o cosa (sea, por ejemplo, una persona o un distrito escolar), lo que permite un examen y escrutinio cercano y la recopilación de una gran cantidad de datos detallados” (s.p.)

La investigación cualitativa “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Sampieri, 2014, p.7). En este sentido, durante el levantamiento, revisión y análisis de los datos, se ajustó la

¹⁸ Director del Centro de Investigación y del Doctorado en Administración de la Universidad de Celaya (Méjico), investigador del Instituto Politécnico Nacional y director del Centro de Investigación en Métodos Mixtos de la Asociación Iberoamericana de la Comunicación el enfoque cualitativo

pregunta de investigación dada la emergencia de nuevos puntos de referencia pertinentes y acordes con el objetivo trazado. Así, la pregunta inicialmente planteada fue:

¿Cómo desarrollar una metodología para abordar las habilidades blandas, a través de narrativas audiovisuales en el programa de Promoción de la salud y Prevención de la enfermedad de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Antioquia?

Y la pregunta finalmente ajustada es:

¿Cuál es la efectividad comunicativa del microrrelato audiovisual digital producido por la Universidad de Antioquia para fomentar las habilidades sociales entre sus estudiantes?

En este orden, para la recolección de datos se diseñaron y aplicaron los siguientes instrumentos:

- *Entrevista semi estructurada*: este tipo de entrevistas ofrece una amplia ventaja a la hora de recopilar información. Ofrece la posibilidad de trabajar con una guía o una línea de temática clara, donde se sabe la orientación y el objetivo para la recolección de información, pero también da la posibilidad de generar, en medio de la misma intervención, preguntas que profundicen en la temática de interés. De acuerdo con Díaz-Bravo et al en su artículo *La entrevista, recurso flexible y dinámico. Investigación en educación médica* (2013), este tipo de entrevistas sirven desde su flexibilidad, “debido a que parten de preguntas planeadas, que pueden ajustarse a los entrevistados. Su ventaja es la posibilidad de adaptarse a los sujetos con enormes posibilidades para motivar al interlocutor, aclarar términos, identificar ambigüedades y reducir formalismos” (2013). De aquí que se tomen las bondades de este tipo de herramienta, buscando obtener información de una forma estructurada, pero dejando en determinados momentos, la posibilidad de profundizar si es necesario.
- *Grupos focales*: Tomando lo descrito por Escobar y Bonilla-Jiménez, “Los grupos focales son una técnica de recolección de datos mediante una entrevista grupal semiestructurada, la cual gira alrededor de una temática propuesta por el investigador” (s.f.). El argumento principal de esta decisión es que, desde la cantidad de participantes, se pueden orientar las conversaciones para obtener una comprensión profunda de los motivos, y se esperaba, mediante este instrumento, que las respuestas logran ser interpretadas en función de su contexto particular.
- *Formulario*: como herramienta de recolección de información, los formularios de la plataforma Google permiten recopilar información de manera detallada, ordenada y rápida. Las respuestas se almacenan automáticamente y permiten la generación de gráficos y tablas

para un análisis detallado de la información recogida, y permiten al usuario revisar las respuestas en cualquier momento. De aquí que esta herramienta de Google, facilitada por la Universidad de Antioquia, sea idónea en la aplicación de este instrumento, a modo de complemento. Adicionalmente, para la efectividad del grupo focal, los estudiantes que participaron de este espacio lograron compartir sus percepciones mientras escuchaban las ideas de los demás, generando una mayor inercia e interacción entre todos.

En términos generales, como ruta para el desarrollo de la investigación se consideró el siguiente cronograma, estimando las etapas y actividades articuladas al desarrollo de los objetivos específicos:

Objetivo específico	Etapa	Actividad	Meses de trabajo											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Identificar los microrrelatos audiovisuales producidos por Bienestar Central de la Universidad de Antioquia	Rastreo	Búsqueda de los microrrelatos producidos por Bienestar central de la UdeA	x	x	x									
	Selección del material	Consolidación del material requerido para el desarrollo del proyecto.		X	x	X								
Determinar de las habilidades sociales de la OMS cuáles aparecen en los microrrelatos producidos por Bienestar Central de la Universidad de Antioquia	Contacto	Identificación y contacto con personal de Bienestar central y la Dirección de Comunicaciones	x	x	x	X								
	Entrevista	Diseño y aplicación de entrevista		x	x									
	Análisis de datos	Aplicación de instrumento de análisis de la información recogida			x	X								
Comprobar la efectividad del microrrelato audiovisual como formato para divulgar las habilidades sociales según	Selección de muestreo	Identificación y selección de los estudiantes sobre los que se indaga sobre los productos				X	x							
	Encuesta	Creación y aplicación de instrumento para la recolección de datos					x	x	x					

la OMS en la población estudiantil de la Universidad de Antioquia	Análisis	Cruce y análisis de datos de entrevistas y encuestas.								X	x	x		
	Escritura	Redacción de informe con los hallazgos										x	x	x

Características generales del desarrollo

Como se ha mencionado, la Universidad de Antioquia es la institución entendida como caso de estudio para el desarrollo de la investigación. Dadas las condiciones de confinamiento por la crisis sanitaria, la estimación inicial para el desarrollo de esta propuesta investigativa tuvo que ser modificada, especialmente, en lo concerniente a la aplicación de los instrumentos diseñados para la recolección de datos. Como estrategia para llevar a feliz término el objetivo, se recurrió a las posibilidades de la virtualidad mediante el uso de recursos y plataformas digitales, realizando entrevistas y grupos focales a través de la plataforma de videoconferencias *Google Meet*, aprovechándola como recurso institucional que facilitó la grabación de estos encuentros; la diligencia de formularios de Google a cargo de los estudiantes; la verificación y descarga de microrrelatos dispuestos en las redes sociales institucionales. Todo esto en procura del bienestar y el asegurando condiciones de bioseguridad para los participantes.

Rastreo de información, entrevistas y grupos focales

- La Dirección de Bienestar Central se determinó como la dependencia universitaria en la cual se enfoca el estudio ya que, de acuerdo con su misión, es desde allí donde se crean y orientan estrategias, campañas, programas y eventos, entre otras estrategias que velan por el bienestar de la comunidad académica en pleno, es decir, docentes, estudiantes y empleados administrativos, todas ellas fundamentadas el desarrollo personal y de la vida profesional a través de la “(...) formación en habilidades para la vida, orientación vocacional y profesional, acompañamiento al proyecto académico de los estudiantes, creatividad y talento universitario.” (Universidad de Antioquia, s.f.). Así, sus iniciativas se proponen y ejecutan:

con el fin de generar calidad de vida, formación integral y sentido de comunidad, a través de diferentes programas y servicios que se planean desde los departamentos de Desarrollo Humano, Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad y Deportes, con la participación activa de las Unidades Académicas a través de las

Coordinaciones de Bienestar ubicadas en las sedes de Medellín y las Regiones.
(Universidad de Antioquia, s.f.)

De esta manera, teniendo como premisa el objetivo de investigación, se consultaron las formas en las que Bienestar Central se apropia del recurso audiovisual, las redes sociales y las plataformas digitales, como herramientas y estrategias de mediación para el acercamiento y promoción de las habilidades sociales en la población estudiantil. Para ello se llevó a cabo el siguiente proceso:

1. Levantamiento de información: se indagó en las redes y plataformas de la Universidad de Antioquia los productos audiovisuales que eran usados en espacios de interacción con estudiantes, buscando aquel material que se relacionara con el microrrelato audiovisual digital. Se contrastaron con las características tomadas en el marco teórico
 - a. Establecimiento de características o categorías de análisis desde la pregunta de investigación: habilidades sociales y microrrelato audiovisual
 - b. Búsqueda y revisión documental en las redes sociales y plataformas de la Universidad de Antioquia.
 - c. Se creó un diagrama de flujo para la revisión del material indagado en el levantamiento de información
2. Diseño de consentimiento informado: luego del levantamiento de información, se procede plantear la entrevista como instrumento a aplicar para profundizar en la recolección de información, para poder aplicarla, se consultan los formatos de Consentimiento Informado usados dentro de la institución y dispuestos por los docentes de la Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales.
3. Diseño de entrevista: para recabar información precisa sobre el formato audiovisual y su uso, indagados en el proyecto de investigación, se hace necesario la aplicación de entrevistas semiestructuradas. Su diseño se hace consultando los referentes teóricos pertinentes.
 - a. En un primer momento se aplica un piloto de entrevista en la Facultad de Ingeniería, aprovechando la cercanía y la posibilidad de conversar con personal encargado de producción audiovisual dentro de esta dependencia académica.

4. La aplicación de entrevistas se fue determinando conforme avanzó la investigación. En un primer momento se acude a los actores principales, como los son los profesionales encargados de la producción audiovisual en la Universidad, así como los psicólogos y trabajadores sociales encargados del contenido de éstos. De allí de determina que es necesario acudir a otras personas, también involucradas en este proceso de creación audiovisual, así como a otras dependencias relevantes en la producción de material para Bienestar de la Universidad. Las dependencias donde se aplica finalmente el instrumento de entrevistas y grupos focales fueron los siguientes:
 - a. Facultad de Ingeniería: esta fue la Facultad inicial donde se llevó a cabo la prueba piloto de la entrevista semiestructurada con el personal encargado de la producción de material audiovisual. De aquí se afinaron las preguntas a realizar con la dependencia de UdeA Televisión y que serviría de insumo base para la recolección principal de insumo. Adicionalmente, en esta Facultad se aplicó el grupo focal.
 - b. Dirección de Bienestar Central: en esta dependencia se indagó sobre la metodología usada en la creación y aplicación de campañas con estudiantes, así como la ruta usada en la creación de material audiovisual para sus diferentes redes y medios. El contacto inicial se dio con algunos enlaces y psicólogos cercanos al investigador, quienes redirigieron la solicitud al Psicoorientador Hosman Arcila.
 - c. UdeA Televisión: en esta dependencia se indagó sobre el procedimiento para la creación de material audiovisual y el trabajo realizado por otras dependencias. Se hizo especial énfasis en la forma de operar en conjunto con la Dirección de Bienestar Central, así como en la verificación de los canales oficiales donde se almacena y comparte la producción en general.
 - d. Ude@ Educación virtual: desde la entrevista semiestructurada se contactó con el personal a cargo de este proyecto universitario para dar algunas claridades sobre las formas de producción, con el objetivo de validar la similitud en su producción, respecto a las formas de creación desde UdeA Televisión.
 - e. Facultad de Medicina: como referente obligatorio, muchas de las entrevistas anteriores, dirigían a una conversación sobre las formas de producción de esta Facultad, ya que desde allí surgen de forma constante, productos interesantes en el trabajo con estudiantes, habilidades sociales y material

audiovisual. En esta medida, fue necesario el acercamiento para constatar la información.

Rastreo documental y aplicación de instrumentos

Etapa I. Rastreo documental: Se trató de la revisión de los productos audiovisuales realizados por la institución y divulgados en tres de sus redes sociales digitales: Instagram, Facebook y YouTube. Este primer acercamiento permitió comprender sus dinámicas de publicación de contenido, intencionalidad y uso del recurso. Para este rastreo documental, se tomaron como referencia los elementos propios del microrrelato audiovisual y de las Habilidades Sociales Propuestas por la OMS. De este primer momento se derivaron los insumos para la formulación y aplicación de las entrevistas.

Etapa II. Aplicación de entrevistas: las entrevistas aplicadas a personas clave en la producción audiovisual de la Universidad de Antioquia, siendo éstos: un Psicoorientador de la Dirección de Bienestar Central, Hosman Arcila; el comunicador enlace entre Bienestar Central y UdeA Televisión, de la Dirección de Comunicaciones; personal encargado de la producción de contenidos de Ude@ Educación Virtual; personal encargado de la producción audiovisual de la Facultad de Ingeniería; el Coordinador de la Unidad de Comunicaciones de la Facultad de Medicina, Juan David Castro Quintero, y el Coordinador de Contenidos de UdeA Televisión. Con ellos la conversación aportó información sobre sus intenciones, formatos, conducto regular en el proceso de creación y resultados finales. Esta indagación arrojó elementos fundamentales para cruzar con el rastreo documental inicial, donde se encontraron aspectos esenciales que explicaron la forma en que operan, los estilos y la estandarización del proceso dentro de la institución, así como también, abrió la puerta a extender la aplicación de este instrumento en otras dependencias, con relevancia en la producción audiovisual institucional.

Etapa III. Grupos focales: los contenidos encontrados, ligados a la intención de la Institución, debían ser validados con el público de interés, es decir, la comunidad estudiantil. Con ellos se abrieron espacios conversacionales alrededor de la forma en que acceden, interpretan y se apropian de estos contenidos.

Constantemente el flujo de la investigación llevó, de manera orgánica, a crear y encontrar otras rutas por las que podrían desarrollarse las pautas investigativas. Desde la revisión documental planteada, donde surgieron inquietudes sobre el proceso de preproducción, producción y divulgación, se dirigió hacia las entrevistas con los actores fundamentales en el proceso audiovisual de la Universidad. Luego, las mismas entrevistas redireccionaban hacia un complemento en la revisión

documental, que ampliaría, por su parte, el panorama de investigación hacia más dependencias universitarias. De aquí, las entrevistas a personal administrativo y docente eran nuevamente necesarias, y permitían construir un primer bosquejo del funcionamiento de este proceso en la Universidad de Antioquia, resolviendo la ruta de producción y a la vez, dando respuesta a las inquietudes que surgían y a la forma en que se comunicaban las diferentes áreas, así como su relación directa e indirecta con la dirección de Bienestar Universitario.

Durante la identificación de los hallazgos propios de cada etapa, si bien algunos se evidencian con facilidad considerando la forma en la que opera la Universidad de Antioquia, otros se derivan del análisis sobre gestiones adelantados por algunas dependencias y actores de la institución, no determinadas por una dirección centralizada sino por la iniciativa particular de la unidad académica y quien coordina el proceso que viabiliza la producción audiovisual tras la disposición de los recursos necesarios (humanos y económicos).

Ejecución y hallazgos

Sobre Los Microrrelatos Audiovisuales Digitales Publicados Desde Bienestar Central De La Universidad De Antioquia Y Sus Características.

Al establecer las pautas de investigación, se comenzó el rastreo documental con el fin de aclarar conceptos audiovisuales y de identificar su existencia y formas de apropiación desde el área de Bienestar Central de la Universidad de Antioquia. Dichos conceptos son: la *narrativa audiovisual digital*, el *microrrelato audiovisual* y la *red social digital*. El estudio y comprensión de las definiciones permitió delimitar el panorama de *microcontenidos*, aclarando el primer acercamiento sobre esas formas de narrativa audiovisual que pueden presentarse en contextos universitarios.

En este primer paso, el rastreo documental determinó la selección de los productos audiovisuales desde los conceptos, rutas de acción, definiciones y pautas que dieran paso a la construcción de la propuesta audiovisual de Bienestar Central de la Universidad de Antioquia. Ello contribuyó a la elaboración de la *entrevista semiestructurada*. Lo siguiente dentro de este rastreo, fue la identificación, desde lo audiovisual, para el trabajo de Bienestar Central con sus estudiantes en lo referente a las habilidades sociales propuestas por la OMS. Se hizo énfasis en los productos audiovisuales producidos entre los años 2017 y el 2020, que cumplieran con las características del microrrelato audiovisual digital y que abordaban las habilidades sociales.

Si bien se encuentra material relacionado al objeto del proyecto en el portal web www.udea.edu.co, como lo es la campaña No Género Violencia¹⁹, la mayor parte de los productos audiovisuales se aloja en las redes sociales de YouTube en el canal *Universidad de Antioquia*, y Facebook en la *Fanpage @bienestarUdeA*.

Como herramienta de trabajo para la revisión de este material, se dio la elaboración de una estructura de tipo *diagrama de flujo*, donde se contrastaron los microrrelatos audiovisuales digitales de la Universidad de Antioquia, en particular los que determinaba Bienestar Central y que contara con las características puntuales sobre las habilidades sociales que indagó el proyecto y que eran de interés para el mismo.

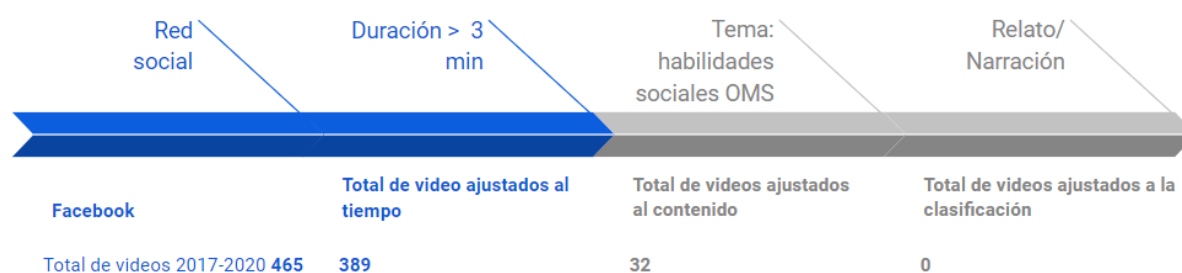


Gráfico de redes sociales 1. Facebook. Selección y filtro de videos totales dentro de esta red social, teniendo en cuenta las características de búsqueda del proyecto de investigación. Fuente: elaboración propia.

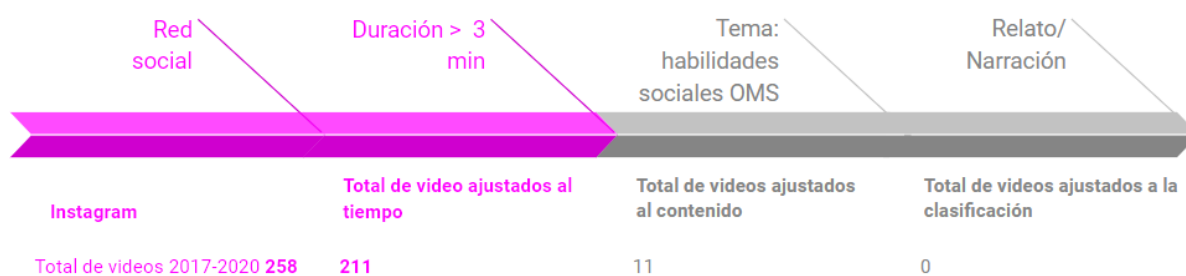


Gráfico de redes sociales 2. Instagram. Selección y filtro de videos totales dentro de esta red social, teniendo en cuenta las características de búsqueda del proyecto de investigación. Fuente: elaboración propia.

¹⁹ Tomado de la página de la Universidad de Antioquia, www.udea.edu.co, "No Género Violencia es un proyecto Institucional que llama a la acción, motiva y nos une para generar conciencia, cuestionarnos y reflexionar en doble sentido: ¿por qué no genero violencia? y ¿por qué desde el género no debemos ser violentados?"

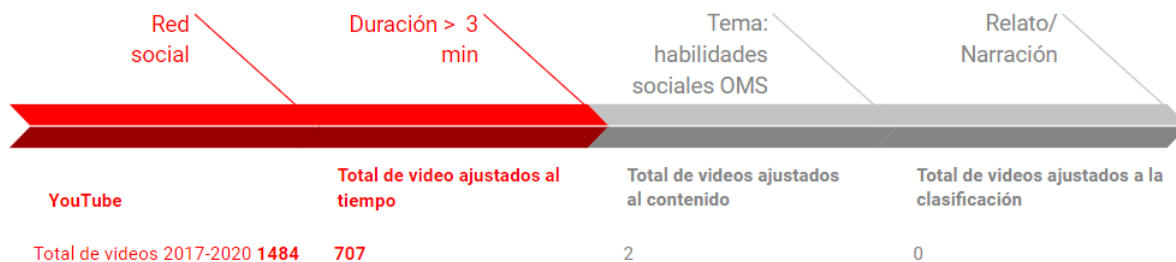


Gráfico de redes sociales 3. YouTube. Selección y filtro de videos totales dentro de esta red social, teniendo en cuenta las características de búsqueda del proyecto de investigación. Fuente: elaboración propia.

Esta herramienta permitió filtrar el material audiovisual, determinando específicamente los productos audiovisuales que se acercaban o cumplían con las características pautadas para la selección y análisis, es decir: habilidades sociales, duración de microrrelato y rasgos propios de este tipo de formato. Distinguir estas características y estilos en la producción audiovisual, permitió identificar el material que sirvió de insumo para avanzar en la indagación sobre su alcance y aclaró la ruta a seguir con los instrumentos de investigación.

Para la identificación de los microrrelatos se recurrió a las características expuestas por Guarinos (2009), que se enfocan en aspectos como la brevedad en la narración, la elipsis, el uso de la simpleza visual, inmediatez de lo narrado, intertextualidad e hibridación y que funciona sin resoluciones finales cerradas. A su vez, se tuvo en cuenta, a modo de complemento, las propuestas por Malaver (2017) que, a parte de las ya mencionadas, hablan de una narratividad, temporalidad lineal como elemento clave, personajes esquemáticos y un final sorpresivo.

De allí se procedió a comparar esas definiciones iniciales con el contenido audiovisual, donde comienza la triangulación de la información encontrada. La intención fue cotejar las características que tenía la producción audiovisual hallada, en particular de Bienestar de la Universidad. Las preguntas que surgieron en este punto fueron planteadas nuevamente para aportar a la herramienta de entrevista:

- ¿Qué tipo de microrrelatos digitales produce Bienestar Central?
- ¿Cuál es la conceptualización de esos microrrelatos digitales?
- ¿Cuáles son los medios por los cuales se divulga ese contenido?

De igual modo, al abordarlas como tema principal, se tuvo en cuenta como categorías de análisis, las habilidades sociales establecidas por la OMS en su informe de 1997 y que agrupa en tres dimensiones para su trabajo en reportes posteriores, dimensión de habilidades de comunicación e interpersonales, dimensión de habilidades de toma de decisiones y pensamiento crítico, dimensión de habilidades de afrontamiento y autogestión.

En la medida en que este análisis se desarrollaba, las preguntas que iban surgiendo de forma paralela comenzaban a dar pistas sobre la ruta de acción a seguir. De acuerdo con los resultados preliminares se identificaron algunos *actores clave* con los cuales se propuso y desarrolló un acercamiento que comenzó a responder por los objetivos propios de la investigación, sobre formatos audiovisuales, producción de contenidos y material audiovisual. Aquí se comenzó a elaborar uno de los primeros instrumentos de trabajo para la recolección de datos: la entrevista semiestructurada.

Se llevaron a cabo una serie de conversaciones con los responsables del desarrollo de contenidos audiovisuales en Bienestar en la Universidad de Antioquia, es decir: productores, diseñadores, directores y psicólogos, quienes estaban directamente relacionados con estos contenidos. El objetivo de estos encuentros fue revisar cómo se plantea la elaboración de las piezas audiovisuales en general, para pasar a lo particular desde la generación de entrevistas, documentales, animaciones, hasta llegar al material específico para redes, haciendo especial énfasis en el contenido que aborda un trabajo directo sobre habilidades sociales. Se indagó puntualmente sobre los objetivos propuestos para estos productos audiovisuales desde Bienestar Central y la manera en la que se realiza la difusión de éstos por medio de los canales y plataformas digitales.

Para la *revisión documental* propuesta dentro del proyecto de investigación, se recurrió a la consulta de algunas fuentes institucionales oficiales (personal docente y administrativo de las dependencias en las que se aplicaron los instrumentos de investigación; página web y redes sociales digitales) de la Universidad de Antioquia referidas específicamente a Bienestar Universitario, de la Dirección de Bienestar Central. Durante el inicio de esta revisión se identificaron los medios principales por los que la Universidad de Antioquia comparte información, como lo es el portal universitario, y las cuentas oficiales anteriormente mencionadas. Se validó con las personas encargadas de publicar y administrar estos espacios, Diego Alexander Sánchez Zapata quien es Coordinador del equipo de Universidad de Antioquia Televisión, y María Fernanda Barreto Comunicadora, enlace para Bienestar Central. Ambos, indicaron cuál era la página oficial de la Universidad, tanto en Facebook, como YouTube e Instagram y cuáles eran los medios específicos de Bienestar Universitario para la divulgación y promoción de sus contenidos.

En la consulta en redes, se hizo un recorrido a lo largo de los años establecidos (2017-2020), encontrando:

- 465 productos audiovisuales en Facebook (@bienestar UdeA)
- 258 en Instagram (@UdeA)
- 1484 en YouTube (Universidad de Antioquia).

Se plantearon las características del microrrelato audiovisual digital abordadas desde el proyecto de investigación para el rastreo del material analizado en este primer paso. Definidas en una primera instancia, al llevar a cabo esta revisión, se pudo notar la ausencia de un microrrelato digital que contuviera todos estos elementos. Si bien aparecieron algunas de las características de forma aislada, en ninguna de las piezas se identificaron por completo. Al revisar posteriormente un cruce con las Habilidades sociales propuestas por la OMS, el espectro para identificarlas se tornó algo complejo, ya que no se hablaba directamente de ellas, salvo en temáticas como atención en psicología, manejo de sustancias psicoactivas o sexualidad responsable. Contenidos educativos que no se manejan directamente con el formato indagado.

Dentro de la revisión se encontró que el principal uso del material audiovisual es en especial informativo o de divulgación científica. Los formatos de entrevistas, perfiles, historias de vida o similares, son usados con frecuencia. Se promueve información de eventos, convocatorias, se abordan temas de interés del estudiantado y del público en general pero a modo informativo. El microrrelato audiovisual es escaso en su forma original y algunas de las características son tomadas para mostrar dicho contenido. Filtrados en orden cronológico del más reciente al más antiguo, se tuvieron en cuenta las siguientes características:

1. **Tiempo:** al ser de interés para el proyecto el factor de la duración del material, este fue el primer ítem a revisar. Los contenidos de menos de 3 minutos fueron los seleccionados. Siguiendo los parámetros establecidos al inicio de este proyecto, este tiempo es considerado fundamental y límite para los contenidos a revisar. Para el caso de YouTube, más de la mitad del contenido quedó excluido; de un total de 1484 videos, quedaron 707. En Facebook e Instagram, por el contrario, quedaron la gran mayoría de publicaciones: de un total de 465, quedaron 389 productos en Facebook, mientras que para Instagram, de 258 aparecen 211 videos que cumplen con las condiciones de tiempo. En este primer filtro se tuvieron en cuenta todos los tipos de contenido como entrevistas, convocatorias, historias breves, perfiles y demás, ya que en una etapa posterior haría una categorización que redujera el resultado a un interés específico: microrrelato audiovisual digital.
2. **Habilidades sociales según la OMS:** esta era una de las principales características -junto al microrrelato audiovisual- que se buscó desde un inicio en las historias, en los videos y en general en el contenido de las redes sociales. Aclarando que ninguno de los productos indagados se ajustó a las tres condiciones de forma total, hay que destacar que algunos de ellos sí cumplían con varios de los aspectos necesarios para ser considerados dentro de lo deseable para el avance en la investigación. De los videos que cumplían con el tiempo, muy

pocos abordaban las habilidades sociales como tema clave o directo en su contenido. Para YouTube, dentro de los que cumplían con el factor tiempo, se hallaron cuatro que hablaban de habilidades sociales, pero desde un formato periodístico; en Facebook, a pesar de la gran cantidad de material que se encontró, se identificaron 32 videos que abordaban el tema de forma directa o indirecta; y para Instagram, solo 11 de los videos abordaban estas habilidades. Algunos de los productos que se encontraron en YouTube, como “[Esta casa de todos nos espera #UdeACasaDeTodos](#)” abordaban aspectos de tiempo, narrativa, brevedad, hipertextualidad y desde el título mismo, las características que podrían ser de interés en el trabajo de investigación aplicado; éste, particularmente, hace una invitación al autocuidado, tomando elementos externos e internos, para enfocarse en la forma en que se construye colectivamente mientras se le da un significado común a los espacios universitarios.



Nota: Captura de pantalla de Esta casa de todos nos espera #UdeACasaDeTodos (Video) de Universidad de Antioquia. (2020). YouTube. <https://youtu.be/nDBZGFZbNlw>

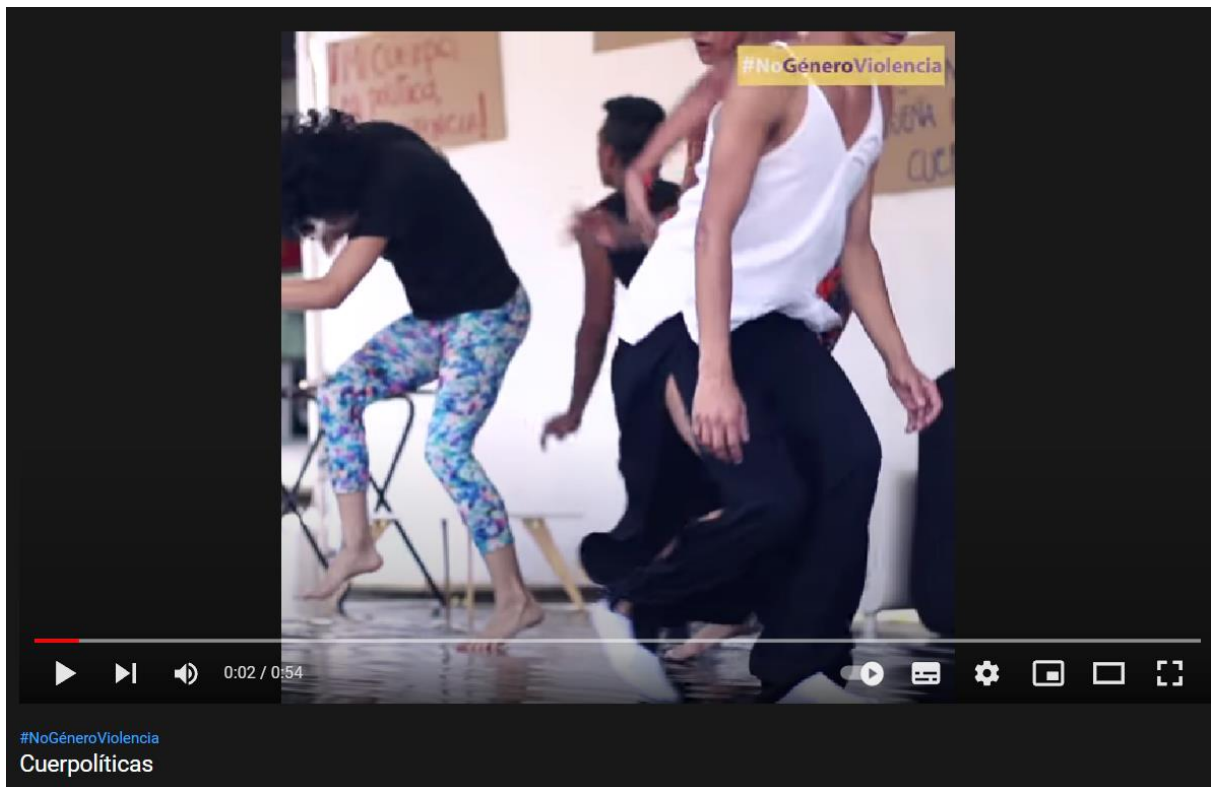
Otro de los videos cercanos al microrrelato, es el titulado “[Opinión | Resolución de conflictos](#)”, un video de opinión, donde Miguel Ángel Montoya Sánchez, Asesor de la Unidad de Resolución de Conflictos, aborda el tema en una explicación sobre la resolución de conflictos, una de las habilidades sociales propuestas desde la OMS para el trabajo en ambientes universitarios; sin embargo, el estilo predominante en este producto es el microtexto, de un formato donde se hace uso de la videocolumna de opinión periodística, acercándose a la reflexión, más no se entrega un relato propiamente dicho.



Nota: captura de pantalla de video sobre video de opinión Resolución de conflictos (video). Universidad de Antioquia. (2019). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=DKWYgUY01Ps>

Caso similar ocurre en "[Cuerpolíticas](#)" una invitación al taller del mismo nombre, y que busca declarar el cuerpo como territorio de expresión artística y como herramienta para decir no a la violencia de género, en el marco del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.

En cuanto al contenido encontrado en Facebook, los relatos cercanos y que abordaban el contenido temático de interés para la investigación, utilizan formatos audiovisuales breves, pero alejados del microrrelato.



Nota: captura de pantalla de video de “Cuerpolíticas” (video). Universidad de Antioquia. (2019). YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zoKcsxFUFN4>

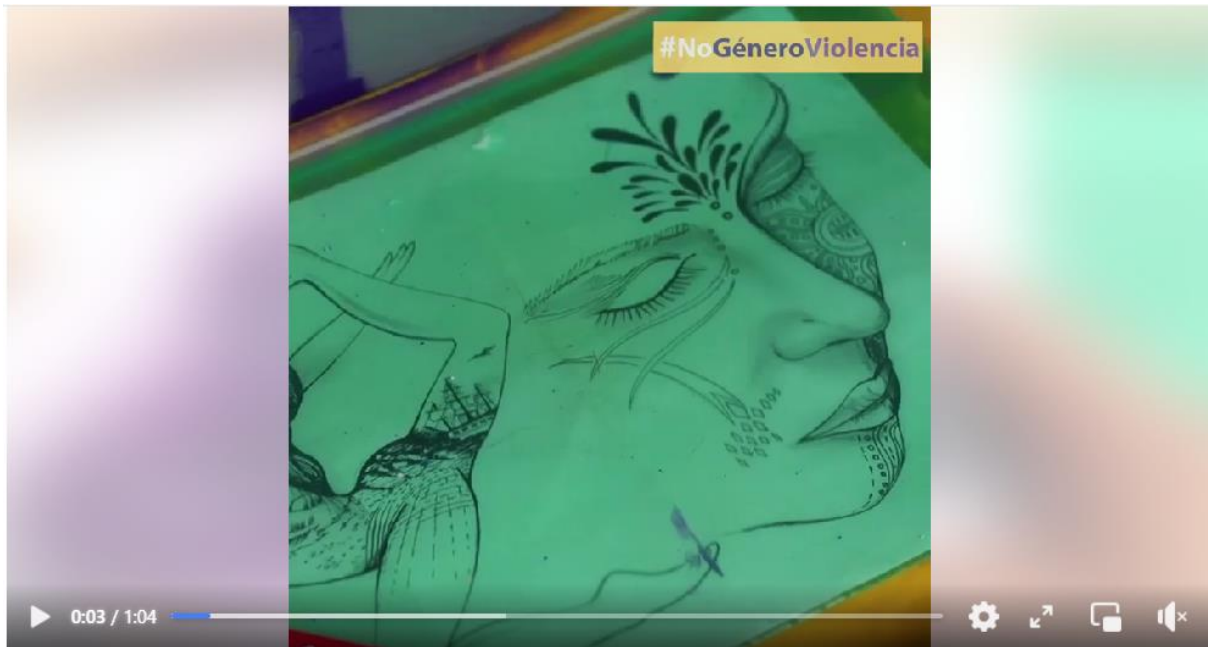
El vox pop es uno de ellos y se puede apreciar, como ejemplo, en el video titulado “[Bienestarea ¿Qué es corresponsabilidad?](#)”, donde los participantes explican el significado de la palabra propia del título; en este producto se aprecian varios de los elementos cercanos al microrrelato audiovisual, como la relación complementaria entre el título y el contenido, la brevedad, la intertextualidad y también algunos temas de habilidades sociales, sin embargo, el formato no aplica un relato, sino un formato de entrevistas cortas.



Bienestarea ¿Qué es corresponsabilidad?

Nota: captura de pantalla de video sobre la corresponsabilidad. Universidad de Antioquia. (2019). Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=468504363889442>

En el video “[¡Hermoso! 😊 El arte también es una forma de expresión social y política. 🗣️](#)” se encuentra un contenido breve donde nos muestran una de las actividades desarrolladas dentro de la #SemanaPorlaNoViolenciaSexualyDeGénero, invitando a la comunidad de la Universidad de Antioquia a acompañar a pintar un mural artístico, para generar conciencia sobre las violencias sexuales y de género; nuevamente se encuentra una temática relacionada indirectamente con las habilidades sociales, en este caso las relaciones interpersonales, en una entrevista corta a Sore, artista de la Dirección de Bienestar Universitario.



¡Hermoso! 🥰 El arte también es una forma de expresión social y política. Dentro de la #SemanaPorlaNoViolenciaSexualyDeGénero...

Nota: captura de pantalla de video sobre #NoGeneroViolencia, el arte también es una forma de expresión social y política (video). Universidad de Antioquia. (2019). Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=2377298482523093>

Otro de los videos que hacen parte del repertorio de Facebook de esta dependencia, es el titulado “[Laboratorio Creativo Música – Santa Fe de Antioquia](#)”; en este Luis Fernando Franco, compositor y productor musical, explica el contenido de este Laboratorio creativo, con el trabajo desde este arte con los estudiantes, con los momentos y aprendizajes que pueden tener los participantes de este espacio de Bienestar en la seccional Oriente; aparece allí el fortalecimiento de lazos, desde el relacionamiento, desde el autoconocimiento y crecimiento personal, aportando al pensamiento creativo, a las habilidades de relacionamiento interpersonal, aportando a las habilidades propuestas por la OMS; sin embargo, nuevamente el formato queda en una entrevista donde se resume lo trabajado, y no consigue manejar el microrrelato audiovisual de forma completa, sino algunos de los elementos propuestos.



Laboratorio Creativo Música - Santa Fe de Antioquia

Nota: captura de pantalla de video sobre el Laboratorio Creativo de Música (video). Universidad de Antioquia. (2019). Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=380269059529048>

Por último, dentro de la red social Instagram se identifican varios aspectos importantes a la hora de revisar la temática de habilidades sociales. En el video titulado “[Anécdotas tras el lente](#)” se parte de una situación detonante sobre el manejo de la ira; el video avanza con la explicación, por parte de expertos, sobre la respuesta a la pregunta ¿Cómo manejamos nuestra ira en este tiempo que debemos permanecer en casa?, tocando directamente la habilidad social manejo de emociones y sentimientos propuesta por la OMS; sin embargo, el video utiliza el formato de consulta/divulgación/recomendación, donde crean expectativa para invitar a participar de un evento determinado.



Nota: captura de pantalla de video anécdotas tras el lente sobre el manejo de emociones (video). Universidad de Antioquia. (2020). Instagram. https://www.instagram.com/tv/CDPs-mOA5D_/

En otro producto se encuentra a Tito, mascota insignia de la campaña del [Día Mundial para la Prevención del Suicidio](#), parte del programa de Promoción de la salud y Prevención de la enfermedad, desde el servicio Ánimo, de Bienestar Universitario; el objetivo de este video era divulgar esta actividad específica, donde trabajan el cuidado del otro, abordando la habilidad social de las relaciones interpersonales, aunque nuevamente no hay un uso del formato del microrrelato audiovisual.

udea • Siguiendo

udea Día Mundial para la Prevención del Suicidio

¡Hoy recibimos a nuestra Comunidad Universitaria con abrazos de Tito! 🤗👉
Porque te amamos, te llevamos en el Alma y te queremos aquí con nosotros.
👉 En el Día Mundial para la Prevención del Suicidio te invitamos a consultar la ruta a seguir en estos casos en bienestar.udea.edu.co ¡Cuenta con nosotros! ❤️ #SomosBienestar #SomosUdeA

129 sem

cocina.laboratorio Que bacano! 🍌 ❤️

129 sem Responder

5,730 reproducciones
10 DE SEPTIEMBRE DE 2019

Agrega un comentario... [Publicar](#)

Nota: captura de pantalla de video sobre el Día Mundial para la Prevención del Suicidio (video). Universidad de Antioquia. (2019). Instagram. <https://www.instagram.com/tv/B2P8rsmg-4m/>

Por último, otro de los materiales encontrados es el de “[¡OJO! 🤝 ¡Que la violencia no tape el maquillaje! 📣](#)” donde se invita directamente a un este espacio de reflexión y conversación, donde se promueven las relaciones respetuosas y se busca generar conciencia sobre las violencias sexuales y de género; este material hacía finalmente una invitación a las actividades de la Semana Por la No Violencia Sexual y De Género realizadas por Bienestar Universitario; este video hace parte del registro audiovisual de esta actividad y usa la hipertextualidad e intertextualidad pero no llega a un formato indagado dentro del proyecto de investigación.



Nota: captura de pantalla de video “Que la violencia no tape el maquillaje” sobre la semana por la no violencia sexual y de género (video) Universidad de Antioquia. (2019). Instagram. <https://www.instagram.com/tv/B5dLlj8gCyG/>

Los videos que cumplían con los requisitos de tiempo y a la vez que contenían como temática las habilidades sociales eran de interés para la investigación. A pesar de esto, el formato en que se hallaban variaba en muchos espectros. Se encontraron, entre los videos que abordan habilidades sociales de manera directa o indirecta, productos tipo perfiles, notas de opinión, videos institucionales, temática promocional o de convocatoria, entre muchos otros. Las habilidades sociales tienen, de acuerdo con la OMS, diversas posibilidades para enfocar su uso y Bienestar lo usa de forma variada.

1. **Narrativa y relato:** mediante un relato, un cuento, una historia, el desarrollo de una secuencia -en ocasiones a la clásica manera del cine, en otras basado en un formato básico de inicio, nudo y desenlace-, la información se asimila mejor. En la medida en que el ser humano puede asociar lo que desea recordar con estructuras que ya se encuentran preestablecidas en la mente, mucho más sencillo será recordar; de esto se habla en Vox, y los estudios sobre la mente, así es como se crea una narrativa efectiva. Por ello, cuando se trata de recuperar ese recuerdo, más formas se tendrá de conseguirlo. “La historia, el lugar y las emociones son la base de nuestros recuerdos más fuertes” (Vox, 2019). En esta primera etapa de revisión

documental, se buscó entre el material consultado, que en los videos trabajados se contara una historia o se hiciera uso del recurso narrativo. Dentro de este filtro ninguno de los videos cumplía con un formato cercano, ya fuera porque no contaban una historia o no tenían la estructura de relato -forma de interés dentro de la investigación-. Los pocos que entraban en esta categoría, es decir, que usaban el relato o se apoyaban en una historia para transmitir su mensaje, no hablaban de habilidades sociales, sino que narraban otro tipo de sucesos o eventos de los que no se indaga dentro del proyecto de investigación.

De esta primera etapa de revisión documental, se encuentra que la mayoría de los videos está ligado a un proceso mayor, una convocatoria abierta a procesos de la Universidad, una campaña que se desarrolla y le apunta a resolver un asunto audiovisual, o hace parte de una serie de divulgación científica. Algunos de los productos encontrados se acercan al tema de investigación desde la temática y la narrativa, pero en general no se encontraron videos que cumplieran con las tres condiciones iniciales planteadas para identificar posibles referentes, o sea, tiempo – habilidades sociales – narrativa/relato. Desde su estructura y formato no entran en categorías de interés, por lo que el siguiente paso lógico fue una serie de entrevistas a los personajes clave, tanto vinculados directamente en Bienestar Central y Producción de Universidad de Antioquia Televisión, como actores de otras áreas y dependencias, como la Facultad de Medicina, la Facultad de Ingeniería y la estrategia *Ude@ educación virtual*.

Una vez abordada esta revisión documental, enfocada principalmente en el material audiovisual que respondía a las características del microrrelato audiovisual y que desarrollaba como temática las habilidades sociales propuestas por la OMS, se destacan algunos aspectos que se consideran importantes para mencionar:

1. Dentro de los videos que cumplen con una condición inicial de *tiempo*, la gran mayoría son de carácter institucional, promocional o informativo, pero no relatan una historia que considere los aspectos del microrrelato definidos en el proyecto.
2. El contenido relacionado con Habilidades Sociales se toma de forma indirecta, ya sea porque Bienestar está abordando campañas de autocuidado, de salud sexual o de prevención en el consumo de drogas, o porque es incidental, como en el material promocional sobre técnicas de estudio, convocatorias de psicoorientación o similares.

3. El uso del microrrelato audiovisual es poco, y en los momentos donde se pueden encontrar, es principalmente en temas de divulgación científica o resultados de proyectos de grupos de investigación, como lo son las series *Pregunta y verás*²⁰ o *A qué sabe Caucasia*²¹.
4. Al revisar el material relacionado con Habilidades sociales en un formato como el microrrelato audiovisual, no se encuentran productos que respondan a las características propias de este tipo de contenidos. Este tipo de formato corto es ausente cuando hablamos de redes sociales de la Universidad de Antioquia, tanto YouTube como Facebook o Instagram.
5. Si bien hay contenido audiovisual donde se abordan temas de Habilidades sociales, como los videos de NoGéneroViolencia²², que cumplen con algunas de las características, no encaja por completo en las características indagadas. En general, muchos de los productos que elabora Bienestar Central no necesariamente lo hace. Sin embargo, se encuentra que abordan las Habilidades Sociales de manera efectiva, de acuerdo con lo recomendado por la OMS, cuando desarrollan piezas para sus programas institucionales sobre el trato de Adicciones, Salud sexual, resolución de conflictos, salud mental y demás.

Virginia Guarinos (2009) en su artículo sobre *Microrrelatos y Microformas. La narración Audiovisual Mínima*, nos ofrece algunos ejemplos de *microtextos* al hacer énfasis en “las píldoras informativas de diversos canales o los microespacios informativos de televisión” (2009, p. 34) de allí complementa “que cuando a la brevedad temporal se le suma la aparición de acción y ficción, llegamos a los microrrelatos” (2009, p. 34). En otras palabras, a la característica inicial del tiempo se le agrega la narratividad y la ficcionalidad para transformar estos microcontenidos, este microtexto en el propiamente dicho microrrelato audiovisual. En este sentido completa su idea al comentar que “No hay ningún medio o discurso audiovisual con posibilidades narrativas que haya experimentado más con el microrrelato que la publicidad” (2009, p. 35).

Por otro lado, Susana Martínez sostiene que:

Aunque, en ocasiones, se ha mantenido la postura de que el fragmento podría incluirse en la definición de microrrelato no es correcto pues el fragmento viene a definir un texto que forma parte de un todo mayor y que no tiene autonomía en sí mismo (p. 951).

Tanto para Guarinos como para Martínez, está claro que microtextos audiovisuales como los productos trabajados constantemente por la Dirección de Bienestar Central de la Universidad de

²⁰ https://www.youtube.com/playlist?list=PL_HkC8-huRmi08Ff4_Qe_YMemSK1qc2el

²¹ https://www.youtube.com/playlist?list=PL_HkC8-huRmj8K2KJmJx7n6kLOahPmyQm

²² https://www.youtube.com/watch?v=zoKcsxFUFN4&list=PL_HkC8-huRmgPj-pKuZ9O2R_bFdt1uSYk&index=1&ab_channel=UniversidaddeAntioquia

Antioquia, no se clasifican en la categoría de microrrelato audiovisual. Al no evidenciar una forma autónoma y completa en el relato, y al encontrar sólo elementos del microtexto, los elementos y productos revisados en los medios y canales de esta dependencia, relacionados con habilidades sociales, se buscó profundizar, con los siguientes pasos, dicha ausencia del microrrelato audiovisual.

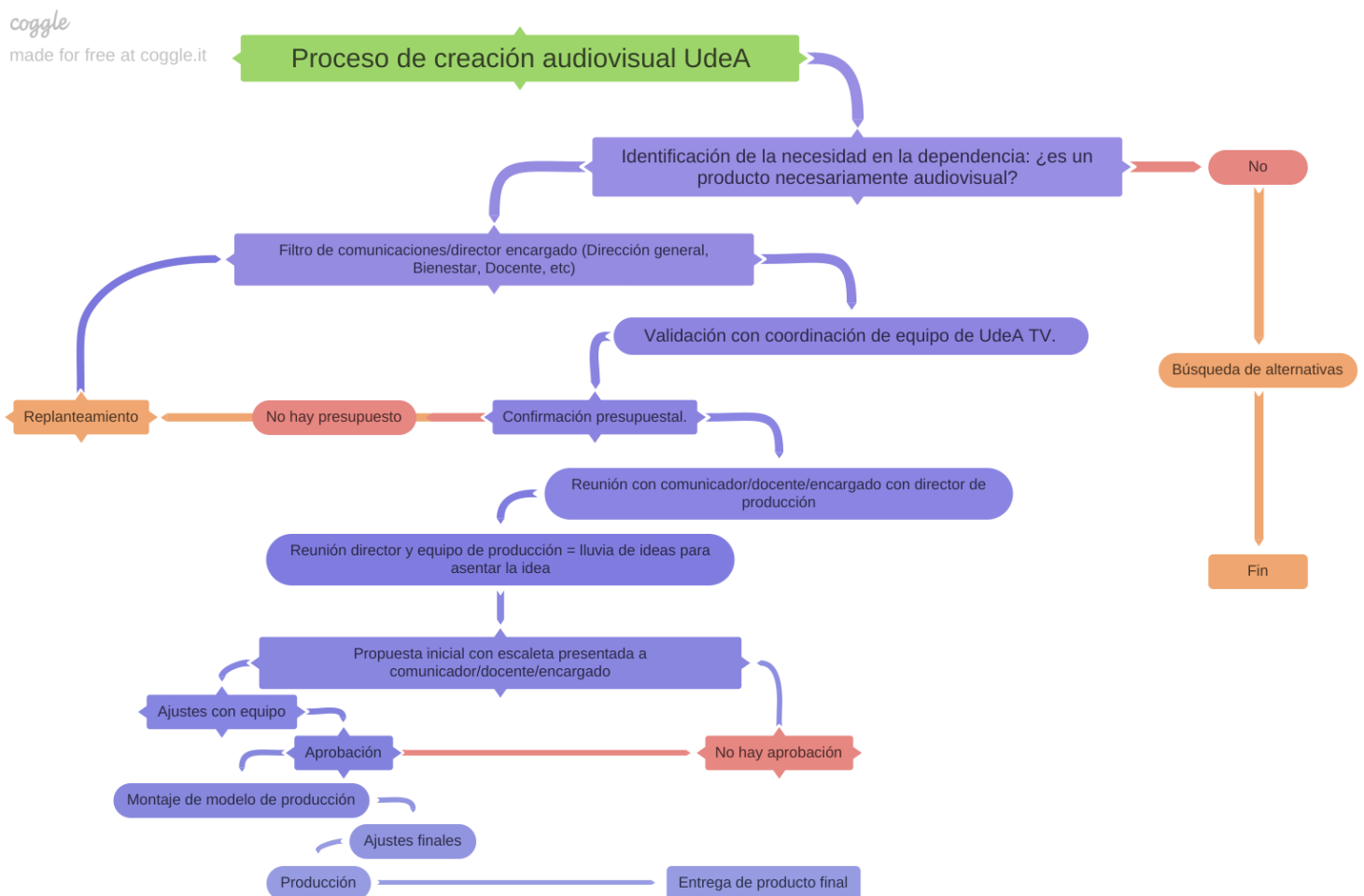
Al indagar con los encargados de esta producción, mediante entrevistas semiestructuradas, se encuentra la respuesta a esta forma de uso en el contenido compartido a través de redes. Todo el material producido para campañas o publicaciones para redes sociales obedece a las dinámicas propias de Bienestar Central. Desde allí organizan los productos y contenidos de acuerdo con las campañas específicas. Este tema será abordado más adelante, cuando tratemos las características formales del microrrelato audiovisual digital y el enfoque de las habilidades sociales que usa Bienestar Central para sus estudiantes.

Sobre el proceso audiovisual en la Universidad de Antioquia.

Para definir de forma acorde a las necesidades de la investigación, luego de tomar elementos clave en la revisión documental, de encontrar una línea estética similar, y de un uso recurrente de ciertas formas audiovisuales, más no del microrrelato audiovisual, la entrevista como instrumento de investigación, fue clave para definir con las fuentes oficiales la forma en que producían los contenidos institucionales de la Universidad. Nuevamente se entraba en la definición de una ruta que podría convenir de acuerdo con la evolución de la investigación; por ello, la identificación y procedimiento a seguir fue la comunicación directa con la dirección de Bienestar Central, con el fin de abordar al personal encargado de producir las estrategias, actividades y campañas relacionadas con las habilidades sociales, y quienes debían estar a la cabeza de la producción de material para Bienestar. En esta etapa se toman como conceptos básicos los ya definidos anteriormente, es decir: el microrrelato audiovisual digital, la red social digital y la narrativa digital audiovisual, presentes en contextos universitarios y las habilidades sociales según la OMS.

La primera persona consultada fue el encargado en Bienestar de las acciones relacionadas con el Departamento de Promoción de la Salud y Prevención de la Enfermedad, Hosman Arcila Muñoz, psicoorientador de la Universidad de Antioquia. Con él se indagó sobre la forma en que se trabajan las Habilidades Sociales con los públicos universitarios, especialmente con los estudiantes de pregrado. En segundo lugar, para definir las estrategias de las que hablaba Arcila, se abrió un espacio con la Dirección de Comunicaciones, con la persona enlace entre Bienestar Universitario y Producción UdeA, comunicador encargado de determinar el contenido que requiere una producción elaborada desde lo sonoro y visual, para determinar el conducto regular en la producción de material audiovisual. Con

este encargado, la conversación versó sobre las formas de producción de campañas y medios de abordaje de habilidades sociales. De aquí se logró darle un poco más de contenido a la entrevista que se tendría, en un tercer momento, con Diego Alexander Sánchez Zapata, Coordinador de Producción de UdeA Televisión quien es el encargado de establecer las condiciones y requerimientos, y con quien se pudo establecer esas formas estandarizadas de producción de piezas audiovisuales y todo el proceso en general. De allí, surgió la necesidad de revisar la forma en que algunas de las dependencias de la Universidad de Antioquia generan su contenido, por lo que las siguientes entrevistas a realizar fueron establecidas en la Facultad de Ingeniería, la Facultad de Medicina y en Ude@ Educación Virtual.



Nota: diagrama de flujo sobre el proceso de creación audiovisual construido a partir de las entrevistas desarrolladas en las Unidades Académicas y Administrativas de la Universidad de Antioquia: Facultad de Ingeniería, Facultad de Medicina, Dirección de Bienestar Universitario, Producción UdeA. Fuente: elaboración propia.

Para hablar del microrrelato audiovisual digital en la Universidad de Antioquia, es importante abordar el tema de la producción audiovisual que maneja. Este proceso se comprende desde la institución como aquel referido a:

una actividad, un proceso, en el que se articulan de manera ordenada y sistematizada componentes económicos, culturales, artísticos, técnicos y humanos, con el fin de obtener un producto audiovisual. A un nivel profesional, este proceso se inicia con el reconocimiento de una necesidad insatisfecha de información, entretenimiento, educación o cultura. (Salazar 2003, p. s. p.)

Tal y como lo explica Diego Alexander Sánchez, coordinador de producción de Universidad de Antioquia televisión, todo proceso que llega a sus manos ha pasado por filtros en cada una de las dependencias, donde un comunicador ha identificado la necesidad audiovisual y le solicita el estudio y desarrollo del proyecto; luego de validar con la vicerrectoría, se establecen términos, condiciones, alcances, se define el presupuesto y se acuerdan los recursos para dar inicio al proceso. Caso similar se presenta en las diferentes dependencias que manejan una producción audiovisual propia, como lo es la Facultad de Ingeniería, Medicina o Ude@, donde los coordinadores de producción reciben las solicitudes de docentes, proyectos, personal administrativo o dependencias de las mismas Facultades y analizan dicha viabilidad, presupuesto y desarrollo, con las mismas directrices. La única variación que se da es la revisión que debe hacer UdeA Televisión para aprobar el producto final.

Para entender este proceso de una forma estructurada, se entrevistó a los encargados en diferentes dependencias, indagando sobre la ruta de trabajo. Los actores involucrados fueron la Facultad de Medicina, la Facultad de Ingeniería, UdeA Televisión y la Dirección de Bienestar Central. En dichas dependencias se identificó una directriz común, una estrategia que habla de la manera en que opera la Universidad de Antioquia a la hora de generar este material. A continuación, se explica dicho proceso de acuerdo con las entrevistas realizadas:

Primer momento: Identificación de la necesidad – Preproducción.

En una primera etapa, la unidad académica o administrativa identifica o explicita una necesidad específica de producción de divulgación de información. Cada una de estas unidades o dependencias tiene en su equipo de trabajo a un comunicador enlace, quien está encargado de revisar la pertinencia de esta solicitud, así como de filtrar la información, de modo que se identifique el tipo de producto que pueda requerirse.

Durante la reunión inicial con Arcila y, posteriormente, con el personal enlace de la Dirección de Comunicaciones²³, y siguiendo sus explicaciones, la forma en que la Dirección de Bienestar Central

²³ Luego de la entrevista, y por falta de firma en consentimiento informado, se omite el nombre y cargo del personal de esta dependencia.

desarrolla sus contenidos, parten de unas reuniones creativas entre los psicoorientadores de esta dependencia. De allí, teniendo presente las campañas e ideas iniciales, se llevan a conversaciones con la dirección de comunicaciones para validar una forma óptima de divulgación entre los públicos de interés. Luego, el enlace entre Bienestar y Comunicaciones complementa la estrategia, determinando forma, tono, canal y necesidades específicas. Si la propuesta se consolida como un material necesario a convertir en producto audiovisual, se procede a determinar su contenido de acuerdo con las necesidades del proyecto, pero obedeciendo a los requerimientos técnicos de UdeA televisión o al manual de marca de la Universidad.

De acuerdo con los responsables de la Dirección de Bienestar y de la Dirección de comunicaciones de la Universidad de Antioquia, lo que se hace es construir una estrategia con los psicoorientadores; continuando, de allí se obtiene la estrategia de comunicaciones. El enlace de comunicaciones explica que “no es que nos sentemos y digamos ‘vamos a hacer este video’, no; nosotros antes de pensar en un producto pensamos en cómo vamos a comunicar la estrategia” (comunicación personal, mayo 2021). El proceso continúa luego de que se identifica la necesidad, donde se co-crea en conjunto con la Dirección de Bienestar central, y de estos espacios resultan las propuestas para desarrollar la campaña o las estrategias iniciales. Posterior a esta primera parte, hay unas actividades que se establecen y de allí sí se comienza a indagar sobre los productos comunicativos que más se pueden ajustar a dichas actividades. Todas las acciones enmarcadas en las campañas y estrategias, y los productos o resultados audiovisuales derivados de ellos, son pensados y definidos de acuerdo con las posibilidades y características que permitan comunicar el mensaje que se desee transmitir.

De acuerdo con Diego de UdeA Televisión, se busca en un primer momento la identificación precisa del producto a solicitar, así como de revisar si existen otras formas de resolver esta necesidad. Esto debido a la cantidad de flujo de trabajo que presenta esta unidad ya que son muchos los proyectos donde se ven involucrados (comunicación personal, abril 2021). Y esta es una constante también identificada en las otras dependencias donde se revisó la forma de producción. Uno de los casos es la Facultad de Medicina, donde todo producto o toda necesidad de divulgación pasa por un equipo de comunicaciones quienes se encargan de revisar la pertinencia y la forma de dar respuesta a esta necesidad. Y este filtro es un común denominador; la Facultad de Ingeniería, por ejemplo, dispone también de un equipo encargado de revisar la pertinencia, el formato y las plataformas dónde idealmente estos productos pueden ser utilizados. Acompañados de un experto temático se valida la información y se estudian las posibilidades de acuerdo con el caso. María Fernanda Barreto, Comunicadora de la Dirección de Comunicaciones y encargada de los productos y las redes de

Bienestar Central, explica que cada producto es el resultado de unas reuniones de planeación estratégica y obedecen a unas necesidades específicas de campañas, por lo general:

es una estrategia que sea como acciones comunicativas y educativas en torno al fortalecimiento de las relaciones interpersonales y dentro de esas acciones hay varios asuntos. Uno puede ser un video, otro puede ser unas piezas, otro puede ser una puesta en escena, otro puede ser un evento. (comunicación personal, mayo 2021)

Una vez el comunicador enlace designado entrega la solicitud de la dependencia, se valida el proyecto con la coordinación del equipo audiovisual y se establece un presupuesto inicial sobre la idea original. Aquí se realizan las primeras reuniones para dar claridad al proyecto en aspectos como el formato, estilo, y contenido que pueda requerir el producto. Es importante aclarar que en estas reuniones participa la coordinación audiovisual y la dependencia o persona que solicita el producto, ya que debe haber una información que aportan ambas partes, como lo es la identificación de públicos objetivos, el propósito del video, y elementos adicionales que puedan necesitar para el desarrollo del producto audiovisual.

Luego de identificar esa necesidad el área de producción en conjunto con el asesor temático está encargada de desarrollar una propuesta. Desde UdeA Televisión, por ejemplo, por medio de reuniones dónde se usa la estrategia de lluvia de ideas, desarrollan una propuesta inicial. Ésta es validada con la persona encargada de orientar el contenido, quien ha de tener el conocimiento y el aval desde el origen del proyecto, y luego, de acuerdo con la necesidad específica se construye un guion, un storyboard o un boceto dónde se vaya materializando la idea. En algunos casos los ajustes son realizados directamente por el equipo de producción quien propone un formato ideal para el contenido a divulgar, en otros el experto temático o el encargado del proyecto, quién lo solicita, es la persona que decide la característica final de este producto audiovisual. Diego de UdeA Televisión cuenta que “el mismo socio [departamento encargado, experto temático, docente designado] debería de entrada, si tiene un poquito de conocimientos sobre el audiovisual o ha visto una referencia, debería tener claro que necesita” aunque también, “dependiendo del alcance del proyecto, nosotros mismos decidimos en compañía del socio si le parece bien que volvamos este producto una serie o si le parece bien que no sea un mero resumen de todo o si lo que quieren hacer es mejor un programa en directo”. (Sánchez, comunicación personal, abril 2021)

Por parte de la Dirección de Comunicaciones, y en particular con el trabajo en conjunto con la Dirección de Bienestar, explican que “nosotros tenemos unas reuniones mensuales con ellos [Bienestar] en las cuales abordamos una matriz de planeación y allí lo que hacemos es conversar

partiendo de unas necesidades que se tengan desde el programa estrategia o servicio, pero dándoles nuestras orientaciones desde comunicaciones” (comunicación personal, mayo 2021).

Segundo momento: Reuniones creativas – Producción.

Continuando con la ruta, luego de un acuerdo presupuestal y del aval que se le da al proyecto, el equipo audiovisual inicia las reuniones creativas para establecer una escaleta o propuesta visual para el producto solicitado. Vale aclarar que cada uno de estos pasos es verificado y acompañado por un experto temático, garantizando que el producto cuente con un contenido acorde a las necesidades de cada área. Esto es uno de los requerimientos que tienen en común en las dependencias indagadas.

Cuando se habla de un experto temático, se debe tener en cuenta que cada paso está acompañado por una persona encargada de validar el tema, la coherencia y la claridad del producto. Si bien desde la identificación de la necesidad se sabe que el producto solicitado es un video (para el caso audiovisual) junto al equipo creativo se va definiendo esta idea. En cada uno de los productos “siempre va a haber un asesor temático, porque nosotros no conocemos los temas a profundidad, que maneja Bienestar; simplemente nosotros lo que tratamos de hacer es transformar esa necesidad en un asunto audiovisual” (Sánchez, comunicación personal, 2021).

Al estar en proceso de producción, es decir, luego de que la propuesta es aceptada por el encargado del proyecto, se comienza con el montaje audiovisual y se graba y ejecuta un primer entregable, que también pasa por una revisión de todos los actores involucrados, garantizando los momentos y acuerdos establecidos para dicha producción. Una vez todo se encuentra en orden y se tiene esta muestra final con los comentarios y adecuaciones correspondientes, se procede con la creación del proyecto audiovisual. Este es el proceso de rodaje de acuerdo con los planos, actores, formato, locaciones y demás elementos propios de la producción.

Un paso más, antes de la divulgación, es el momento del montaje audiovisual. El proceso de posproducción, donde se organizan los planos, se musicaliza y se añaden todos los elementos necesarios para finalizar el material solicitado.

Tercer momento: Divulgación.

Cuando el producto es terminado, se entrega a la unidad que solicita. Este material entra en la fase de divulgación de acuerdo con las ideas o acuerdos establecidos inicialmente. En el circuito de

distribución, el producto audiovisual puede ser publicado en las redes sociales de la Universidad, puede usarse como material de estudio complementario a las clases, puede ser producto de evidencia que se almacena en los repositorios institucionales o se deja a consideración de la dependencia que solicitó el servicio, de acuerdo con el uso que se tenga establecido. A partir de aquí el proceso puede variar dependiendo del destino final, sea de carácter público y abierto a todos, o privado, para su uso académico al interior del aula o de cursos específicos.

En el proceso de divulgación sólo interviene quien encarga el producto. UdeA Televisión sólo publica si es solicitado o si es necesario, también ofrece un seguimiento al producto, de acuerdo con la necesidad específica. Dentro del proceso de divulgación se tienen en cuenta las diferentes posibilidades, medios y canales propios de la Universidad de Antioquia, y es un proceso connatural a la producción audiovisual de la Universidad de Antioquia. Sin embargo, para efectos de la investigación, sólo interesa el producto que llega a las redes sociales de la Universidad de Antioquia y que es abierto al público, es decir, quedan excluidos los materiales o productos que tengan como fin entrar a un circuito docente, cerrado a estudiantes de determinada clase, o productos de uso interno, como manuales de uso, instructivos, o demás material que no sea publicado y perfilado como un video abierto y público a quien desee verlo. Esto a modo de aclaración ya que en algunas dependencias como Ude@, la Facultad de Medicina y la Facultad de Ingeniería, dependencias consultadas, usan algunos de los productos finales al interior de una clase, sesión, o aula virtual, y a este material sólo pueden acceder personas vinculadas a su materia o asignatura.

Cuarto momento: Seguimiento y evaluación.

Todos los productos audiovisuales que son elaborados desde UdeA Televisión tienen un seguimiento que se realiza en conjunto: seguimiento, alcance, reproducciones; todo esto de acuerdo a la necesidad específica: convocatoria, inscripciones, divulgación, formación, interacción, entre otros datos. Se busca con esto revisar el impacto que ha tenido de forma posterior para entregar los resultados y futuras acciones.

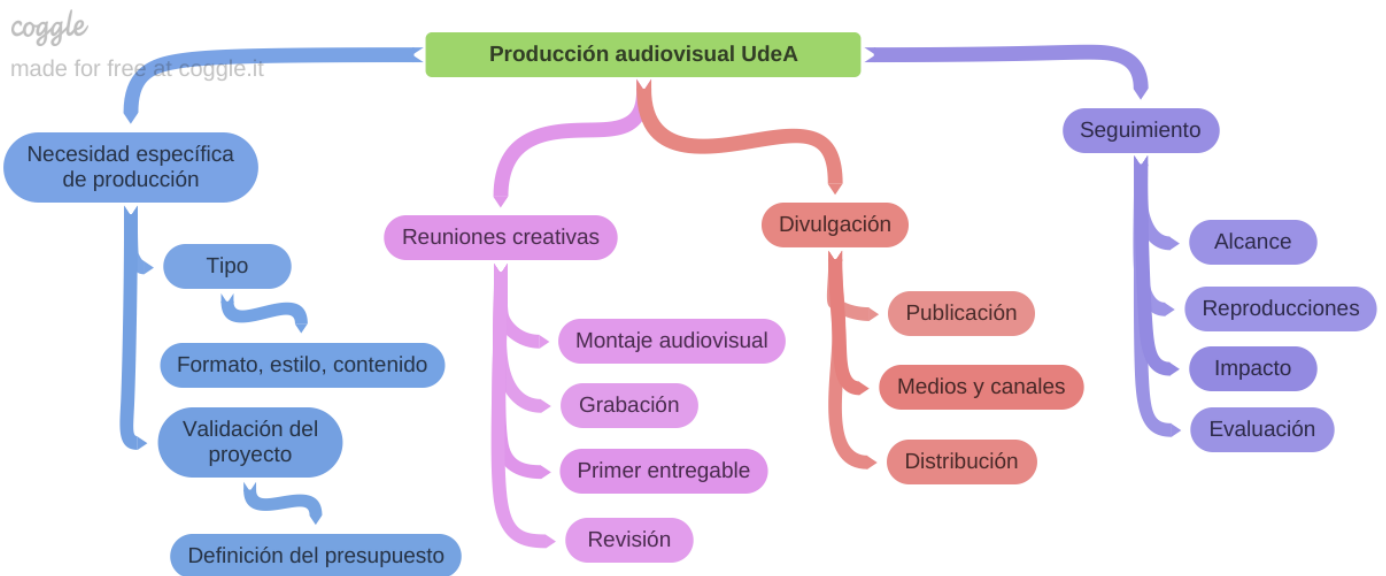
Respecto a la evaluación de los productos audiovisuales, todo video que es subido a redes sociales sea cual sea la dependencia, cuenta con un seguimiento. Desde UdeA Televisión, por ejemplo, se busca que los resultados estén en concordancia con el objetivo planteado desde un inicio.

Desde Bienestar, en el Departamento de Promoción de la salud y prevención de la enfermedad, conversando con Hosman Arcila Muñoz, Psicoorientador de la Universidad de Antioquia, encontramos que los productos que se realizan desde allí tienen un seguimiento.

En ese sentido se mira cómo fue la tendencia y el manejo de esto (las publicaciones y contenidos), también se aprende y se aprende para el futuro qué dice, qué tanto impacto tuvo, qué tan bien recibidos fueron y ya con eso se usa para futuras producciones y se hace seguimiento desde la dirección de Comunicaciones. (Arcila, comunicación personal, abril 2021)

Hosman es el encargado, en conjunto con el equipo de Bienestar Universitario, de generar acciones, crear campañas y atender a la población estudiantil en los programas y actividades de Promoción de la salud y prevención de la enfermedad -PyP. Él, junto a María Fernanda Barreto Builes, Comunicadora enlace para bienestar en la Dirección de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia, son los encargados de establecer los productos comunicativos que le apuntarán a estrategias de bienestar estudiantil. De acuerdo con Barreto:

hacer ese seguimiento del alcance, la interacción que tuvo el video se ha hecho un ejercicio muy fuerte. Con la dirección de Comunicaciones y con contenidos medios y eventos para el análisis y el desarrollo de estos informes porque ya nos dan cifras mucho más gruesas y consolidadas entonces eso nos permite también hacer una evaluación, y eso también nos da pisos para lo que vayamos a construir posteriormente. (comunicación personal, mayo 2021)



Nota: diagrama de árbol derivado de las categorías y subcategorías identificadas en las dos etapas anteriormente descritas.
Fuente: elaboración propia.

Sobre el alcance del microrrelato audiovisual digital sobre las habilidades sociales en la comunidad estudiantil universitaria

El análisis de los datos recolectados, permitieron entender las formas de producción audiovisual desde las directrices y métodos de las que hace uso la Universidad de Antioquia. Desde su estandarización, el uso del manual de identidad institucional y las formas de trabajo independiente de cada una de las unidades de producción, quedaba claro que existía un estilo único bajo el cual se guía y orienta todo el trabajo. Con el diagrama de flujo propuesto en el marco de esta investigación, al revisar los contenidos audiovisuales elaborados por los diferentes profesionales y encargados desde la Dirección de Bienestar Universitario y de algunas de las dependencias de la institución, y luego de una validación con los productos encontrados en la revisión documental de las redes sociales de la Universidad de Antioquia, se tomaron las bases para fundamentar y plantear las preguntas orientadoras a implementar en el grupo focal. Diferenciando los contenidos específicos que fueron de interés para la investigación -todos los referidos al microrrelato audiovisual digital y las habilidades sociales-, se ahondó en las estrategias usadas y el alcance logrado dentro de los públicos de interés, es decir, los estudiantes de la Universidad.

En este punto es relevante recordar el objetivo planteado para esta etapa de la investigación:

Revisar la claridad del mensaje y la comprensión de la información dispuesta en los microrrelatos audiovisuales digitales para el fomento de las habilidades sociales propuestas por la OMS, en estudiantes que acceden a este tipo de contenidos a través de las plataformas digitales de la Universidad de Antioquia.

Para dar respuesta a este objetivo dentro del proyecto, se escogió como instrumento la implementación de grupos focales. La discusión que permite esta técnica, al ser guiada desde una serie de preguntas orientadoras y específicamente diseñadas para abordar, en este caso, los contenidos de Bienestar Universitario, dio como resultado un acercamiento a la comprensión que pueden tener los estudiantes sobre habilidades sociales desde los contenidos audiovisuales de la institución en redes sociales.

El grupo focal, como instrumento, facilita la conversación y promueve opiniones, no busca consensos, sino que se basa en las opiniones y percepciones individuales de los participantes. Como lo resalta Silveira Donaduzzi en su artículo:

El grupo focal se caracteriza por ser un grupo de discusión que posibilita el diálogo sobre un asunto en especial, vivido y compartido mediante experiencias comunes, a partir de estímulos específicos para el debate que reciben los participantes.¹ En este sentido, el grupo focal es un proceso dinámico en el que los participantes intercambian ideas, de forma que sus opiniones pueden ser confirmadas o contestadas por otros participantes. Durante la discusión, se percibe una negociación en torno a cuestiones construidas colectivamente. Sin embargo, cabe resaltar que la técnica del grupo focal no busca consensos, de modo que los participantes pueden mantener las opiniones iniciales, cambiarlas, o adoptar nuevas ideas a partir de las reflexiones instituidas en el grupo. (Silvera et al, 2015, p 72)

El grupo focal sirvió en este punto para recolectar información directa de los estudiantes, para revisar el posible alcance de los contenidos audiovisuales seleccionados.

Caracterización de los participantes y metodología para el desarrollo de los grupos focales

Para la conformación de los grupos focales, se recurrió a la cercanía con actores relevantes en el proceso de formación. Docentes, amigos y personas encargadas de dirigir clases en diversas Facultades de la Universidad, abrieron espacios para la aplicación de este instrumento de investigación. Esta generación de espacios y creación de los diferentes grupos partícipes se dio en la Facultad de Comunicaciones y Filología, la Facultad de Artes, y la Facultad de Ingeniería. De aquí que no fuera necesaria la realización de una convocatoria amplia en toda la Institución, sino que se tendría

en cuenta la cercanía en estas dependencias. Además, con la diversidad de los grupos se podría contrastar la visión de los estudiantes que, al ser de ramas diversas, arrojaron respuestas complementarias.

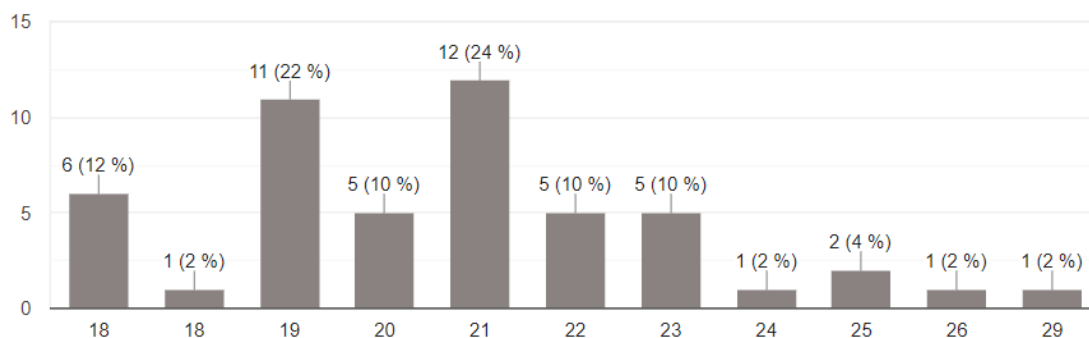
Para la aplicación de los grupos focales, los estudiantes que hicieron parte de estos espacios estuvieron en cada uno de sus grupos de clase, es decir, no se mezclaron las Facultades. La participación fue la siguiente:

- 15 estudiantes de la Facultad de Ingeniería
- 19 estudiantes de la Facultad de Artes
- 16 estudiantes de la Facultad de Comunicaciones y Filología.

El rango de edad de la muestra se ajusta a los datos arrojados por DataUdeA, donde la población estudiantil mayoritaria está comprendida entre los 18 a los 28 años.

Edad

50 respuestas



Nota: tabla de Grupos focales. Edad de los estudiantes participantes. Fuente: elaboración propia.

Al tener identificados los grupos se procedió con la aplicación del instrumento. Para ello se tomó la siguiente estructura:

1. Para abrir el encuentro, se explicaron los momentos y los objetivos de los que constaría este espacio. Luego se continuó con una presentación de cada uno de los participantes de este momento, ya que lo que se buscaba con esta introducción y presentación, desde el apoyo en la idea de los grupos focales y su característica como instrumento, era generar cercanía y confianza entre los estudiantes invitados.

2. En un segundo momento, se proyectaron los tres videos seleccionados previamente con los que se trabajaría en toda la sesión. Estos tres microrrelatos pertenecían a los productos publicados por Bienestar Central en sus redes sociales, ya mencionados anteriormente. Aquí la intención principal se enfocó en obtener una primera interpretación de los estudiantes que participaron del espacio, basada en su experiencia y análisis sin tener en cuenta las habilidades sociales; se buscaba con ello que, de forma autónoma, logran contar eso que vieron en las proyecciones y tomaran un mensaje desde su conocimiento, experiencia y análisis.
3. Luego se pasó a explicarles los fundamentos de la OMS a la hora de tomar las habilidades sociales como elementos clave para el desarrollo de personas y profesionales íntegros. Con ello se comenzaba a guiar entonces las ideas y concepciones que tendrían los estudiantes en un posterior momento dónde visualizar ya nuevamente los videos. La explicación de las habilidades sociales propuesta por la OMS fue directa, explícita y contada desde la lista expuesta en este trabajo, pero a la vez concretas. La explicación giraba en torno a la manera en que se aplicaban como estudiantes y dentro de su rol en la sociedad y en el pregrado.
4. Teniendo presentes estas habilidades sociales se procedió con una segunda visualización de los videos. Allí, cada estudiante debía dar a entender el mensaje que le transmitía este material. Reinterpretar el video una vez más podría demostrar si el mensaje cambiaba o no, y si cada uno de ellos consideraba que su análisis inicial se encontraba en sintonía con el mensaje de Bienestar, en sintonía con la propuesta de la OMS y qué tanto encontraban o no en este tipo de formato utilizado.
5. En último momento, se indagó sobre la forma de consumo, especialmente sobre las redes sociales. El consumo de este tipo de material se da fundamentalmente a través de redes sociales, por lo que era importante revisar en qué redes eran encontrados por los estudiantes.

Desarrollo de los encuentros

La conversación estuvo enfocada en un primer momento en su significación dentro del contenido que fue expuesto, sin más información, para conocer la opinión y percepción de los estudiantes respecto a tres videos que Bienestar Central compartió a través de las redes sociales. El primer video, titulado *¿Cómo me siento?*²⁴, desde la Dirección de Bienestar Central y a la cabeza de los practicantes de esta dependencia, habla de la importancia de escucharnos y cuestionarnos. Su

²⁴ <https://fb.watch/aA6wOV3zOo/>

descripción es la siguiente: “En esta época es importante preguntarnos y escucharnos. Mira estas recomendaciones que los practicantes de psicología del programa #Seamos nos comparten. ¡Gracias, chicos!”. Allí se abordan algunas recomendaciones sobre la convivencia en casa, en pareja y el relacionamiento.



Nota: captura de pantalla de video sobre ¿Cómo me siento? (video). Universidad de Antioquia. (2020). Facebook. <https://fb.watch/aA6wOV3zOo/>

En el segundo video incluido en los grupos focales realizados, toma como referencia el titulado ¡Volver a lo esencial!²⁵ Allí la dirección de Bienestar Universitario invita a una pausa, a reflexionar y a pensar en eso que nos permite el autocuidado y el crecimiento personal. La descripción de este material es la siguiente:

“Simplemente, profundamente y repetidamente: ¡GRACIAS! Esas son hoy nuestras palabras para el equipo de trabajo, nuestros invitados y participantes de #Bienestarea. Terminamos nuestra semana llenos de felicidad y gratitud, compartimos un cúmulo de experiencias bonitas en las que conversamos, reímos, dibujamos, plantamos, cantamos, etc. Pero especialmente le dedicamos tiempo a nuestro ser, a aprender a cuidarnos y abrazar al otro. En la oscuridad, vuelve a lo esencial!” (Universidad de Antioquia, 2020)

²⁵ <https://fb.watch/aA6FdMW2k3/>

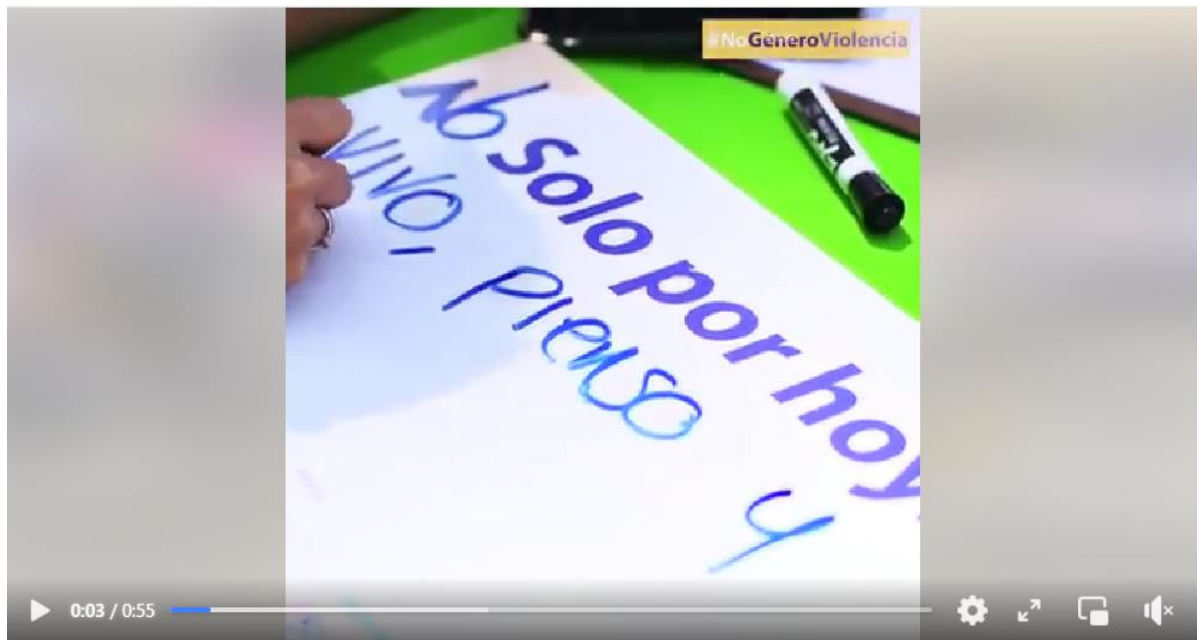


¡Volver a lo esencial! 🥰

Nota: captura de pantalla de video ¡Volver a lo esencial! (video). Universidad de Antioquia. (2020). Facebook. <https://fb.watch/aA6FdMW2k3/>

Para el tercer video, descrito como parte de una serie de actividades dentro de la Semana por la No violencia sexual y de género, invitaba a acompañar la creación de un mandala humano. Este video era parte de una campaña macro propuesta y ejecutada por Bienestar Central. Si bien no cumple con las características del Microrrelato audiovisual, se acerca a una propuesta de abordaje de contenidos cortos y relacionados con habilidades sociales. De acuerdo con parte de su descripción, “Cuerpos, flores, colores y palabras se unieron en un acto simbólico para generar conciencia sobre las violencias sexuales y de género²⁶.”

²⁶ <https://fb.watch/aA67B5k6Bb/>



😊 Wow! ¡Qué hermoso! 🙌 Dentro de la
#SemanaPorlaNoViolenciaSexualyDeGénero invitamos a la comunidad...

Nota: captura de pantalla de video sobre la semana por la no violencia sexual y de género (video). Universidad de Antioquia. (2019). Facebook. <https://fb.watch/aA67B5k6Bb/>

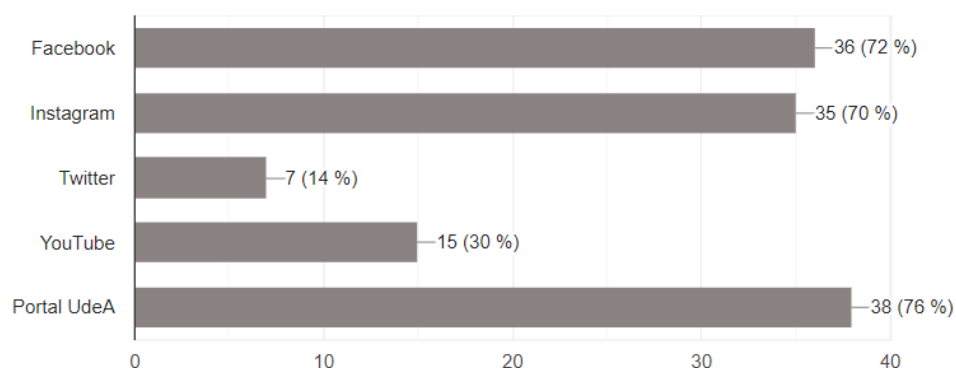
La selección de estas piezas fue determinada por su cercanía a la descripción de Microrrelato digital y su relación con las Habilidades Sociales de acuerdo con la OMS. Sin embargo, vale aclarar que no se presenta un microrrelato completo, ya que sólo hace uso de unos cuantos elementos, como la duración corta, la hipertextualidad, simpleza y brevedad. Sin embargo, no se identifican las características de un relato propiamente dicho. Adicionalmente, desde las conversaciones previas en las entrevistas, el énfasis en estos videos y la referencia entregada por los participantes vinculados a Bienestar Universitario y a la Dirección de Comunicaciones, dieron luces a explorar el material al contener propuestas, desde la forma y el contenido, que podría aportar a responder el objetivo planteado para la etapa.

La idea del uso de este material en la aplicación del grupo focal era que surgieran determinadas reacciones y experiencias de los estudiantes, que se creara un ambiente de cercanía donde se mostraran actitudes, sentimientos y creencias para poder encontrar su respuesta frente a las preguntas planteadas y su forma de interpretar los productos audiovisuales.

Del total de estudiantes que participaron del grupo focal, más de un 70% reconoció que conoce y ha navegado en las redes sociales de Facebook e Instagram de la Universidad de Antioquia, así como en el Portal Universitario. Sin embargo, para YouTube el porcentaje cae a un 30%.

¿Ha navegado en alguna de las siguientes plataformas virtuales de la UdeA?

50 respuestas



Nota: tabla de Grupos focales. Redes sociales. Fuente: elaboración propia.

Entablar una conversación en los grupos focales parte de generar una comodidad al interior del espacio. Sin embargo, a pesar de compartir características de ser estudiante, de tener un rango de edad cercano, un área de estudio común y de tener un relacionamiento constante, la fluidez en la conversación fue un reto a la hora de aplicar el instrumento de investigación, qué tal vez por ser un espacio virtual pudo haber limitado este acercamiento. A pesar de esto, a la par de la aplicación de este grupo focal, se utilizó un formulario complementario donde cada estudiante daba la respuesta a las preguntas orientadoras y posteriormente tenía una oportunidad para expresarse con mayor libertad sobre esta respuesta. Esto facilitó en gran medida la socialización de los puntos de vista de los involucrados.



Sección 1 de 5

Microrrelato audiovisual digital y habilidades sociales en entornos universitarios: la Universidad de Antioquia como caso de estudio

Desde la Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales de la Facultad de Comunicaciones y filología de la Universidad de Antioquia, y desde la investigación Microrrelato Audiovisual Digital Y Habilidades Sociales En Entornos Universitarios: La Universidad De Antioquia Como Caso De Estudio se aborda como objetivo el analizar la efectividad comunicativa del microrrelato audiovisual digital producido por Bienestar Central de la Universidad de Antioquia, distribuido a través de las plataformas digitales institucionales entre los años 2017 y 2020, para fomentar entre sus estudiantes las habilidades sociales propuestas por la OMS.

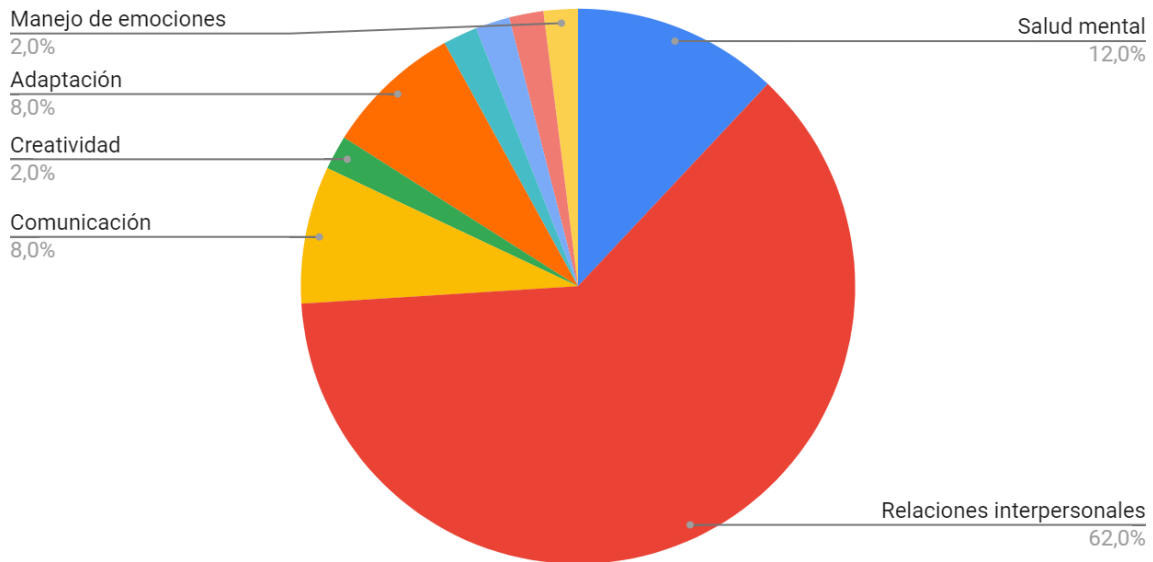
Encaminado a recolectar información que permita aportar a la labor investigativa, se propone el desarrollo de grupos focales donde participen estudiantes vinculados con la Universidad de Antioquia que deseen ser parte de la presente investigación.

Agradecemos su vinculación a la presente actividad.

Captura de pantalla del cabezote inicial del formulario aplicado dentro de los grupos focales. Fuente: elaboración propia

En la conversación generada con los estudiantes tomando como referencia el primer video *Cómo me siento*, y sobre la pregunta establecida **¿cuál es el mensaje que usted interpreta de este primer video?**, los estudiantes ofrecieron respuestas fueron variadas y amplias; la gran mayoría de estas manifestaron la importancia de estar en contacto con las personas cercanas dentro de una virtualidad y un distanciamiento generado por la pandemia; otras relacionadas con una invitación a cuidar las formas de interacción en pareja; o relatando la importancia de la convivencia tanto con nuestra pareja como con personas de nuestro entorno cercano, pero en general, la gran mayoría apuntaba a una reflexión sobre las relaciones interpersonales. En el siguiente gráfico muestro la categorización de las respuestas sobre este primer material:

¿Cómo me siento?



Nota: gráfico de torta con la categorización en Habilidades sociales resultado de los grupos focales sobre el primer video presentado. Fuente: elaboración propia.

Las categorías abordadas en este primer video fueron salud mental, relaciones interpersonales, comunicación, adaptación, apoyo, respeto, prevención, manejo de emociones y creatividad.

En la categoría de *relaciones interpersonales*, los estudiantes mencionaron que:

“No debemos dejarnos afectar por los cambios que ha generado la pandemia y saber tener espacios personales y con las demás personas. El apoyo es importante de mí parte para el otro y viceversa. Cuidar las relaciones y estar en contacto” (comunicación personal, estudiante de grupo focal, agosto 2021)

otro de los participantes comentó que:

“El mensaje que interpreto en este primer vídeo es que, a pesar del encierro, debemos adaptarnos y adaptar nuestras relaciones a lo que es la pandemia. Entender que es algo temporal y que sin importar qué, las relaciones que más apreciamos se pueden seguir construyendo en un tiempo así” (comunicación personal, estudiante de grupo focal, agosto 2021).

De este modo, muchos de los estudiantes que hicieron parte de esta actividad reforzaban la importancia de cuidar, mantener y evitar un deterioro en las relaciones con sus familiares, amigos y pareja, y que el video era claro en este aspecto.

De acuerdo con lo tratado en las conversaciones sostenidas con las directivas o con las personas encargadas desde la Dirección de Bienestar Central, respecto a la creación de estos materiales audiovisuales publicados en redes sociales, el objetivo es mantener una conversación constante y apoyar a los estudiantes mediante campañas de refuerzo de los vínculos y de brindar a los estudiantes herramientas con las cuales pudieron afrontar esta pandemia teniendo en cuenta las características del encierro y de aislamiento de esta época. Desde Bienestar Central y junto al enlace de comunicaciones, relataron que estos videos:

Fueron en torno al tema de la salud mental y de relaciones interpersonales. Fueron cuatro videos realizados por practicantes y daban unas recomendaciones para que durante la pandemia tuviéramos cuidados y asuntos para tener en cuenta para el tema de salud mental". (Comunicación personal, mayo 2021)

Se puede ver, entonces, que la propuesta y la ejecución da cuenta de que el objetivo propuesto desde Bienestar Central y mediante la estrategia planteada entre ellos y el enlace de la Dirección de Comunicaciones, se cumple en la medida en que los estudiantes interpretan el mensaje de manera efectiva.

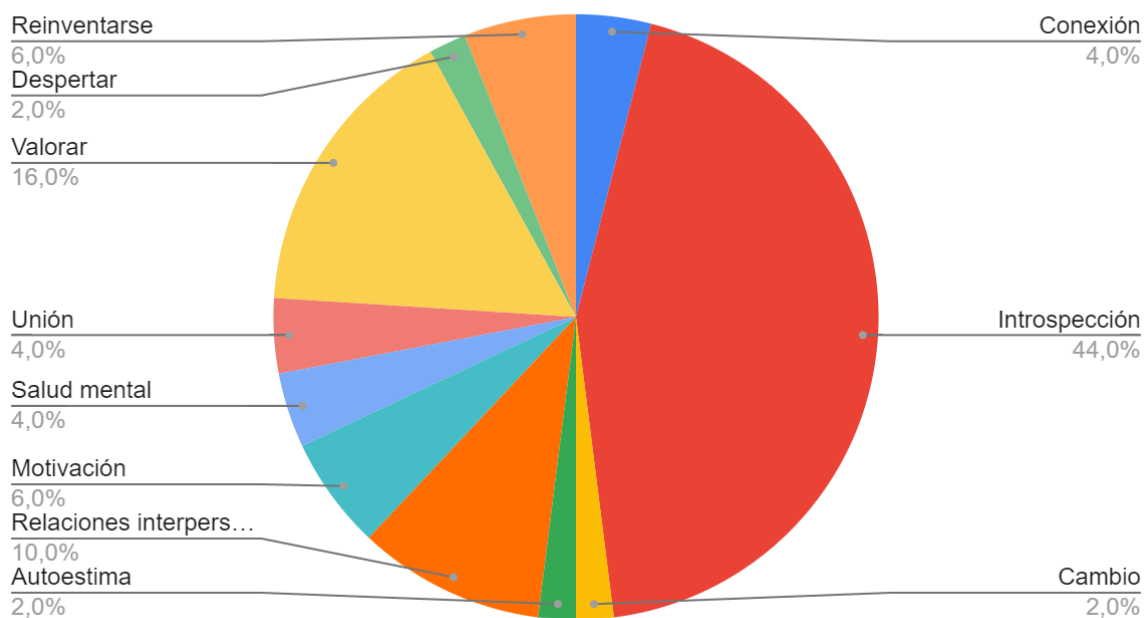
Respecto al video titulado *Volver a lo esencial* en la discusión con los estudiantes dentro del grupo focal hubo una variedad en las respuestas encontradas. Del total de estudiantes de los diferentes grupos un 44% se llevaba de este video a modo de reflexión la importancia de la introspección como elemento fundamental dentro del video. Los comentarios predominantes hablaban de que a pesar de todo lo que viene pasando en los momentos de pandemia, era importante también enfocarse en cosas buenas como la posibilidad de conectarse con la familia, de valorar a los amigos y de eso que podían hacer y cómo podían crecer durante esta época: "Los momentos de aislamiento en el hogar que se han dado por la pandemia deben ser aprovechados para la reflexión, introspección y un encuentro con lo propio, que normalmente no notamos" (comunicación personal, estudiante de grupo focal, agosto 2021). Estos fueron algunos de los comentarios que surgieron en la aplicación del instrumento, donde se resaltaba la importancia de los tiempos dedicados al autoconocimiento y a la reflexión personal: "reconocer las cosas pequeñas como partes de nuestra vida que nutren el crecimiento" (comunicación personal, estudiante de grupo focal, agosto 2021), "La pandemia nos obligó a parar y

detenernos a pensarnos, volver a preguntarnos qué es lo más importante para nosotros” (comunicación personal, estudiante de grupo focal, agosto 2021).

Para otros el mensaje de este video de este microcontenido se inclina más hacia un asunto de valorar aquello que tenemos para otros un llamado a prestar atención a nuestra salud mental otros también apelaban a las relaciones interpersonales, a factores de autoestima o a reinventarse.

La siguiente tabla muestra las categorías donde se ubicaron las respuestas de los estudiantes:

Volver a lo esencial



Nota: gráfico de torta con la categorización en Habilidades sociales resultado de los grupos focales sobre el segundo video presentado. Fuente: elaboración propia.

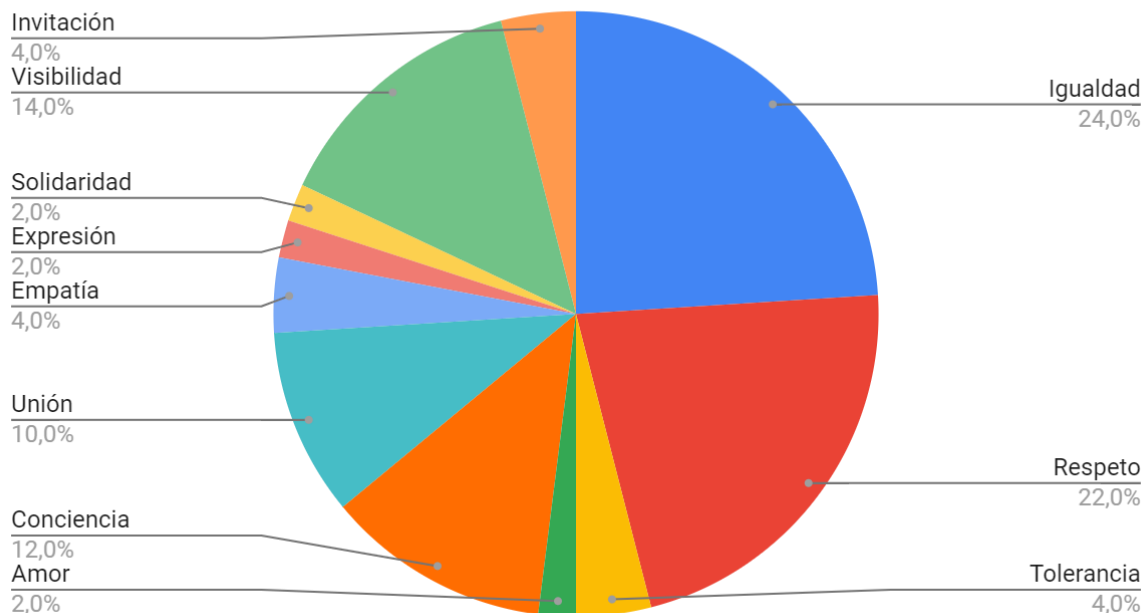
De acuerdo con la conversación sostenida con el enlace entre Producción UdeA y la Dirección de Bienestar Central esto es una muestra de las estrategias que usan dentro de las campañas y que apuntan como acciones comunicativas y educativas al fortalecimiento de relaciones interpersonales y que son productos ligados a diversas intenciones de acompañamiento.

Para el desarrollo del grupo focal, al indagar por el tercer video, Las respuestas comienzan a ser aún más dispersas en la medida en que ya los estudiantes hablan de diversos valores o intenciones dentro de este producto audiovisual.

Algunos interpretan el material como una Invitación ligada a la causa o campaña de Bienestar, otros consideran que el video es una propuesta para visibilizar esta problemática. Sin embargo, los

temas que los estudiantes identifican en este material son valores como: la igualdad, el respeto la conciencia y con acciones como la necesidad de visibilizar la violencia de género. Para algunos, el tema principal, si bien ronda directamente sobre la temática de Violencia de Género, es un video donde se hace invitación a una actividad puntual, a ser partícipes de un evento, y la promoción o el abordaje de habilidades sociales queda relegado a un segundo plano.

NoGénero violencia



Nota: gráfico de torta con la categorización en Habilidades sociales resultado de los grupos focales sobre el tercer video presentado. Fuente: elaboración propia.

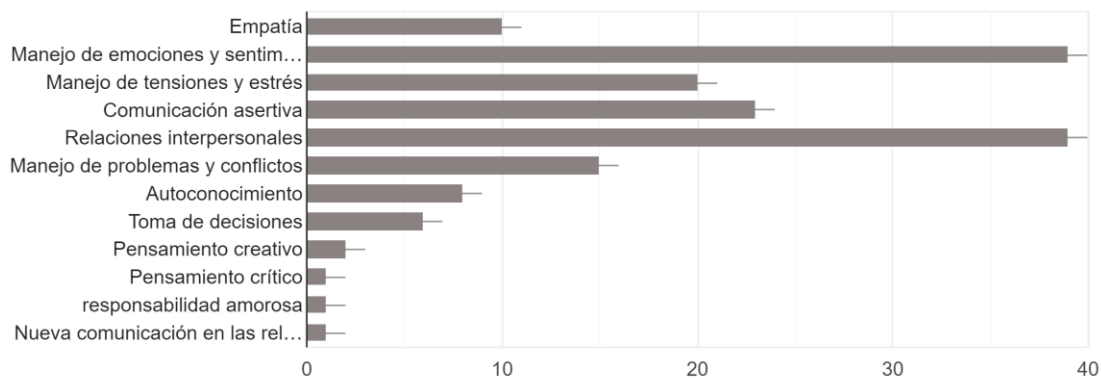
Algunas de las respuestas que dieron los estudiantes sobre este tercer video, decían así: “El utilizar el arte como forma de expresar y representar una causa social” (Comunicación personal); “El arte tiene la capacidad de enviar un mensaje, con respecto a un tema determinado, en este caso de forma muy performática, invitando a la comunidad a participar en ello para generar una reflexión”(Comunicación personal); “Se hizo un video para mostrar las acciones que se están tomando para visibilizar la violencia de género y buscar sus posibles soluciones”(Comunicación personal); “Actividades para la conmemoración del género femenino, valoración de las mujeres, no a la violencia de género” (Comunicación personal). El mensaje o intención queda en la invitación y en un registro evidencia de la actividad que realizaron. Evidencia de esto, cuenta Barreto, es que “la mayoría de videos nos han servido como resultado de, pero podemos tener videos que hacen parte de una estrategia amplia, como por ejemplo el tema NoGeneroViolencia que ha tenido varios videos y actividades” (Barreto 2021, Comunicación personal), y es que dentro de todo el marco de actividades

que se ejecutan, la gran mayoría están vinculadas a un trabajo en conjunto, donde los videos hacen parte de acciones que implementa Bienestar para complementar su estrategia de abordaje de temas de interés. Para el personal de la dirección de Comunicaciones consultado, “podemos ponerlo como un recurso audiovisual que muestra los resultados de actividades puntuales y otro que es el recurso audiovisual que está inmerso en campañas, estrategias o acciones más amplias de Bienestar” (Comunicación personal, mayo 2021).

Al entrar en el tercer momento donde se explican las habilidades sociales según la OMS, se aclara que desde Bienestar, mediante su estrategia de promover la formación integral, trabajan de manera indirecta dichas habilidades. La segunda visualización de los tres videos o productos audiovisuales tomados de las redes sociales de Bienestar Central comenzaron a arrojar un poco más de claridad respecto a este formato y a una percepción que tuvieron los estudiantes luego de la segunda observación.

Teniendo presente las habilidades sociales, si hubiera una subcategoría para este primer video, ¿con qué palabra la describiría?

50 respuestas



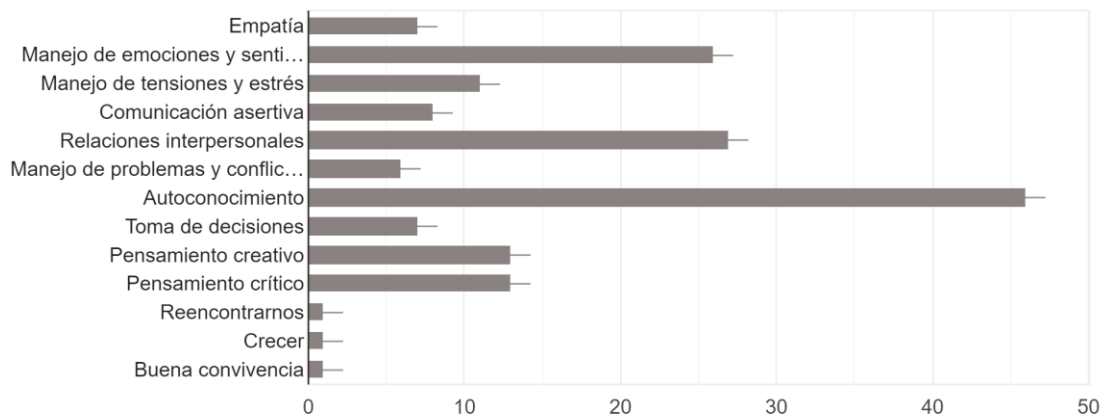
Nota: gráfico de barras con la categorización en Habilidades sociales resultado de los grupos focales sobre la descripción del primer video presentado. Fuente: elaboración propia.

En este segundo momento los estudiantes identificaron directamente dentro de las habilidades sociales una fuerte tendencia a hablar sobre el manejo de emociones y sentimientos, al igual que las relaciones interpersonales seguidas por una comunicación asertiva y un tema relacionado con el manejo de tensiones y estrés. Estas fueron las cuatro categorías principales que se evidenciaron desde la opinión de los estudiantes en el material presentado inicialmente en su segunda visualización. Una de las conclusiones iniciales es que los estudiantes tienen muy claro que el mensaje a transmitir está relacionado con el manejo de emociones y sentimientos, así como las relaciones interpersonales.

Cuando se les preguntó por esta respuesta, donde comprenden estas habilidades como el mensaje proyectado desde el video, comentan que ya directamente el material audiovisual lo señala, es decir, es un mensaje directo y la clave está en los comentarios que ellos mismos rescatan y toman de esta publicación. Para muchos de ellos el video hace referencia a “Cómo mantener una buena relación en pareja durante esta época de pandemia, como manejar las tensiones y el estrés, cómo mantener las relaciones interpersonales de una manera asertiva durante esta época además del manejo de problemas y conflictos” (comunicación personal, estudiante de grupo focal, 2021); otros son más concisos, cuando mencionan que para ellos, el mensaje hacía referencia a “La importancia de saber gestionar las relaciones interpersonales” (comunicación personal, estudiante de grupo focal, 2021).

Teniendo presente las habilidades sociales, si hubiera una subcategoría para este segundo video, ¿con qué palabra la describiría?

50 respuestas



Nota: gráfico de barras con la categorización en Habilidades sociales resultado de los grupos focales sobre la descripción del segundo video presentado. Fuente: elaboración propia.

Al reflexionar sobre el segundo video proyectado en una segunda ocasión las respuestas de los estudiantes se concentran un poco más, haciendo énfasis sobre la temática principal de este y relacionándola con el autoconocimiento, el manejo de emociones y sentimientos y por último las relaciones interpersonales. Para los estudiantes es claro en esta proyección de este video particular qué el mensaje principal hace énfasis en esas formas en que interiorizamos y reflexionamos sobre las situaciones actuales, sus posibilidades, consecuencias y un futuro que debemos manejar de una forma adecuada. Para muchos de ellos en este video particular el mensaje está orientado a las formas en que la pandemia nos ha llevado analizar nuestros contextos, nuestra familia, y nuestras relaciones con el otro.

Continuando con la información entregada por los estudiantes en los grupos focales, el material presentado a ellos (microrrelatos digitales), se observa que no fueron reconocidos o identificados en su divulgación en las redes sociales. La gran mayoría asegura no haberlos visto en estas plataformas. Aunque hay estudiantes que pertenecen a semestre iniciales, en su mayoría son estudiantes de semestres avanzados, de 5to a 8vo semestre en Artes e Ingeniería.

¿Ha visto el material proyectado en este grupo focal en las redes de la UdeA?

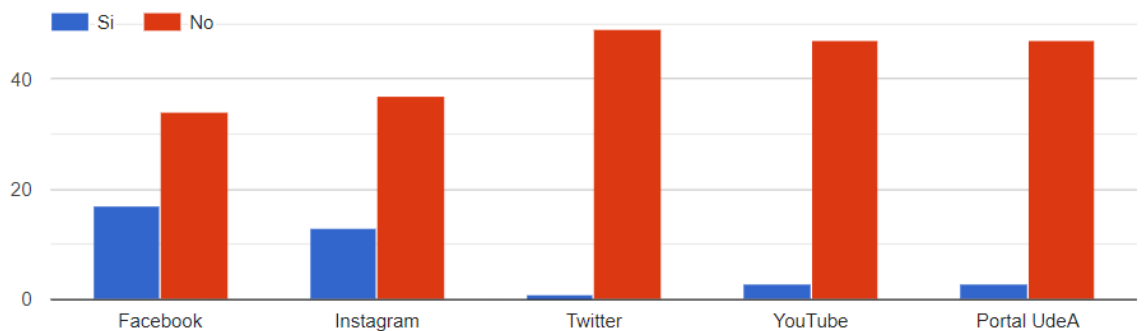


Tabla de Grupos focales. Visualización de material en redes. Elaboración: fuente propia.

A pesar de que, como se mostró en el gráfico de conocimiento de las redes sociales de la Universidad de Antioquia, los estudiantes han navegado en estas redes al indagar por el material que se proyectó en los grupos focales gran parte de los estudiantes manifestaron que estos productos no los habían visto Dentro de este espacio digital. Pocos estudiantes vieron estos productos en las redes de Facebook e Instagram, mientras que en las otras redes la cantidad de estudiantes que manifestaron haberlas visto, fue menor.

Capítulo IV:

Análisis de los resultados obtenidos

Dentro de los resultados y hallazgos significativos, en el presente capítulo se exponen las formas en que la Universidad de Antioquia ha construido un trabajo colegiado para la elaboración de productos audiovisuales, cuidando su imagen institucional articulando a las diferentes Facultades y Dependencias, de modo que desde el trabajo interconectado se exploren propuestas para crear y compartir material, campañas y productos que benefician a la comunidad universitaria. Se destaca también la libertad de acción que ofrece la Dirección de Bienestar y la forma en que se ejecutan las campañas. Sin embargo, se evidencia el poco uso que se tiene del microrrelato audiovisual como herramienta para abordar diversas temáticas de índole formativo. Sin embargo, se resalta el alcance y estructura que tienen sus campañas y la forma de abordar la temática propuesta por la OMS desde las habilidades sociales.

Un trabajo institucional mancomunado: La producción audiovisual en la Universidad de Antioquia como un trabajo colegiado

La participación de todas la áreas interesadas en el producto audiovisual realizado por la Universidad de Antioquia -docente encargado (experto temático), comunicador perteneciente a la dependencia y coordinador o equipo audiovisual- es fundamental en el proceso de creación audiovisual y se detecta como un punto en común en las diferentes dependencias donde se llevó a cabo la investigación, éstas son la Facultad de Ingeniería, la Facultad de Medicina, Ude@ Educación Virtual y la Dirección de Bienestar Central; e inevitablemente se encuentra como un aspecto que favorece los procesos comunicativos de la Universidad de Antioquia. Es una forma estandarizada que garantiza calidad y unidad en los productos que surgen en cada una de las dependencias.

Este trabajo colegiado le permite a la Universidad mantener un estilo e imagen unificadas, aunque haya una descentralización de estas producciones, es decir, cada dependencia de la Universidad de Antioquia tiene la libertad, de acuerdo con sus posibilidades de presupuesto y capacidad instalada, de crear contenido sin requerir supervisión constante por parte de UdeA Televisión. La responsabilidad final de los productos, si bien pasa por una revisión desde ellos, recae en mayor medida en cada una de las unidades de comunicación, siendo éstas acompañadas por sus respectivas unidades o equipos de Bienestar. Este trabajo colaborativo permite un mejor alcance y una mayor precisión en cuanto a públicos se refiere, sabiendo que los estudiantes de una facultad

pueden ser muy diferentes a los de otra. Cada unidad ha de reconocer las necesidades puntuales de cada uno de sus públicos y generar contenido en sintonía con éste.

Los tiempos y proyectos que maneja la Universidad de Antioquia pueden resultar abrumadores. Para Sánchez, coordinador de Producción en la Universidad de Antioquia, el nivel de producción resulta muy alto, y al no tener disponibilidad en ocasiones o al no alcanzar el tiempo para todas las solicitudes que llegan, ya sea de la Dirección de Bienestar Universitario o de Facultades e Institutos, se recurre a otros actores, dentro de la misma universidad o, en algunos casos, a externos. El Centro de Investigaciones y Extensión de Comunicaciones - CIEC puede responder a esta solicitud, o, como es el caso de otras Facultades con capacidades instaladas, la producción puede ser propia. Desde *Universidad de Antioquia Televisión* surgen las recomendaciones fundamentales, o desde el manual de identidad visual, se toman las medidas necesarias para que este tipo de productos cumplan con el cuidado de la imagen de la Universidad de Antioquia, es decir, que respeten las fuentes, la paleta de colores, los planos, o en ocasiones, aspectos más técnicos. Como lo relata Sánchez, por lo general,

“cuando los proyectos los elaboran externos u otras dependencias de la misma Universidad, cuando ya se encuentra resuelto, nos llaman a pedir nuestra valoración y a veces salen ajustes para hacer, en proyectos ya finalizados, porque digamos usaron mal el logo, o la zapata animada no va así o ese plano está movido, con el horizonte caído; entonces son un montón de cosas que nos asesoramos” (Comunicación personal, Sánchez abril 2021).

Este tipo de acciones es fundamental ya que se cuida desde todos los flancos, que se respete el tratamiento de la imagen institucional establecido desde el manual de identidad gráfica.

El manual de imagen institucional y la producción audiovisual

Luego de las conversaciones llevadas a cabo desde las entrevistas aplicadas a las diferentes unidades de producción y dependencias académicas y administrativas, a lo largo de la investigación se pudo constatar que se maneja un estilo y un protocolo en la elaboración de los productos audiovisuales muy similar. Esto denota una alineación en la producción audiovisual de la institución, donde la Universidad unifica, a lo largo de todas sus líneas, tanto generales desde Universidad de Antioquia Televisión como particulares en cada Facultad, sus productos comunicativos; muestra de forma positiva el cómo la institución estandariza la producción audiovisual que se presenta al público en sus diferentes redes y plataformas institucionales.

Se evidencia que todas las dependencias cuidan o se preocupan por mantener una imagen institucional de acuerdo con el manual de imagen institucional²⁷ que maneja la universidad de Antioquia. El objetivo es que todo producto audiovisual mantenga una unidad respecto al todo, esto con el fin de que sus Comunicaciones puedan reflejar esa unidad institucional. De acuerdo con Diego Alexander Sánchez Zapata, de Universidad de Antioquia Televisión, “estamos tratando de cuidar una imagen y una identidad Universitaria, así como el uso de ciertos logos o ciertas cosas que están establecidas en el manual de identidad gráfica.” (Sánchez, 2021)

Al indagar sobre habilidades sociales en UdeA televisión, como proyecto desarrollado en conjunto con la Dirección de Bienestar central, no se encuentran productos recientes, pero sí se habla de un material de años anteriores a las fechas indicadas. Este material se encuentra en publicaciones de YouTube del año 2015. De allí a las fechas de interés para el proyecto, no se encuentran productos cercanos. La producción de contenido de UdeA Televisión y Bienestar Central se aparta de los microrrelatos audiovisuales, debido a las dinámicas propias de ambas dependencias y a la creación y estructuración de campañas donde no se considera como un formato principal para trabajar. Sin embargo, el microtexto audiovisual, un formato donde se utiliza los fragmentos informativos sin relatos, sin historias narradas, sino únicamente se entrega información, son formatos ampliamente usados en las plataformas y en la temática indagada. Se apela aquí a lo expuesto por Martínez (2011) cuando expresa que se presenta un aumento en este tipo de formas de consumo de contenido, dentro de una amplia variedad de temáticas, abarcando el entretenimiento y la cultura, y que son impulsados por las nuevas formas de creación de contenido y la tecnología.

“Sé plural como el universo”: La diversidad en los formatos de creación y producción audiovisual en la Universidad de Antioquia

Los productos creados en las diferentes dependencias no obedecen a un formato específico, en particular al microrrelato audiovisual digital; lo que sí buscan, desde las diferentes estrategias y campañas desarrolladas por las diferentes dependencias de la Universidad de Antioquia, es responder a unas necesidades puntuales, hablando específicamente sobre el eje misional de la Universidad de Antioquia referido a la docencia, y aún más precisamente desde lo concerniente con el Bienestar Universitario de los estudiantes, de los docentes y del personal administrativo de la misma institución,

²⁷ El manual de identidad institucional ofrece a los comunicadores, audiovisuales, docentes y personal administrativo, y en general a toda la comunidad universitaria, una idea de cómo se procede en la elaboración de piezas, documentos y demás. Para el caso puntual de la investigación, le aporta una herramienta para la revisión del material audiovisual, donde se aprecia, desde la producción de contenido, el cuidado de la imagen y disposiciones establecidas en este documento.

<https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/7bab42c9-f1be-44ae-bd46-817ced7596b6/Manual+de+Identidad+Institucional.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nOECbnX>

para que a partir de allí se elaboren los productos que puedan funcionar o responder de manera óptima al desarrollo de estas estrategias o campañas, ya sea dentro del programa de Programa Educativo de Prevención de Adicciones -PEPA-, Sexualidad y Amor Saludables -SEAMOS-, Salud mental -Ánimo-, Estudiar a lo bien, entre otros.

Dentro de los hallazgos en el material audiovisual que abordan las habilidades sociales, se aprecian algunos productos que, tal y como se menciona en el apartado anterior, obedecen a un microtexto audiovisual y hablan de manera directa o indirecta de la propuesta de la OMS. La Educomunicación, propuesta desde la definición de Kaplún, se refleja en la producción audiovisual de varios de estos productos tratando de estimular las discusiones. Desde las propuestas audiovisuales en la campaña #NoGeneroViolencia, puntualmente, se aprecian diversos productos que intentan abrir espacios destinados a un debate crítico, tomando las palabras de Kaplún, que activen una la discusión, provisionando canales y flujos para intercambiar mensajes que permitan generar educandos que no sean solo transmisores. (Kaplún, 1998)

La claridad del mensaje propuesto como valor en la producción de Bienestar

El impacto a pequeña escala del material audiovisual seleccionado como microrrelato audiovisual digital, dispuesto en los grupos focales diseñados para los estudiantes, fue recibido y comprendido por ellos captando el mensaje u objetivo principal de los contenidos. Un estudio más riguroso sobre el impacto, entendimiento, asimilación y aprehensión implicaría un desarrollo avanzado que no alcanzaría a ser resuelto en el marco de la actual investigación, ya que requiere un seguimiento sostenido en el tiempo con el fin de identificar qué piezas le aportan o no al desarrollo integral de los profesionales de la Universidad de Antioquia, y el presente ejercicio investigativo se limita, inicialmente, a los márgenes temporales y alcances de la Maestría en Creación y Estudios Audiovisuales.

No se encuentra un material audiovisual que responda de forma clara y directa a la pregunta de investigación, es decir, no se encuentra un microrrelato audiovisual que haga énfasis en las habilidades sociales planteadas por la OMS en las redes sociales digitales de Bienestar Central la Universidad de Antioquia que esté dirigido a estudiantes. Sin embargo, esto se explica desde la estrategia que plantea el equipo de la Dirección de Bienestar Central cuando no se busca la elaboración de un material determinado, sino que la campaña o estrategia macro se revisa y va arrojando una línea de trabajo desde la cual se establecen los productos a usar, videos, piezas gráficas, performances, y otras tácticas que puedan ser óptimas en el desarrollo macro de la campaña misma.

Por esto, gran parte del material audiovisual de Bienestar Central publicado en redes obedece a productos que complementan campañas, estrategias o programas creados con un objetivo mayor, o que responden a un conjunto de acciones estructuradas. Las posibilidades y usos dentro de las redes sociales utilizadas por la Dirección de Bienestar central, es llegar a esos individuos que persisten en su construcción de redes y nodos en la virtualidad, a la vez que le aportan contenidos de valor que puedan mover causas. Actuar en la cibercultura, aprovechar estos entornos, o como lo propone Gallego (2016), recorrer sus listas de relaciones dentro del sistema, articular desde sus listas de usuarios y conversar o entrar en ese rango de visualización (p. 164), permite que su mensaje llegue, promoviendo el alcance de éstas en el algoritmo propuesto por estos espacios virtuales. Como lo plantea, de igual manera, la plataforma ComsCore (2017), cuando hace referencia a los productos audiovisuales dentro del entorno digital, la naturaleza digital del usuario de la red se ha volcado hacia videos, como un formato de consumo.

El planteamiento de la estrategia metodológica desde una perspectiva de Bienestar

El estar en un entorno universitario e inmerso, gracias al ejercicio profesional, en el área de Bienestar de la Universidad de Antioquia, permite explorar diversos aspectos en el relacionamiento con los estudiantes. Sus formas de habitar la institución son amplias y, en esta medida, se encuentra con una cantidad de factores, tanto protectores como de riesgo, que la Universidad procura atender desde estrategias para la promoción: hábitos y programas de alimentación saludable, esparcimiento, salud física y mental, relacionamiento, entre otras.

Entender cómo funcionan algunas de las partes que componen a Bienestar Universitario facilitó el manejo y contacto con actores fundamentales en el proceso investigativo. En este aspecto, es relevante conocer un poco la generación de campañas y estrategias que surgen desde Bienestar Central. Por otro lado, como docente de la Universidad de Antioquia, tener un contacto directo con estudiantes, psicólogos, trabajadores sociales y otros profesores de la institución, permite ver un panorama más amplio, que ofrece mayor riqueza para entender a un público tan complejo como lo es el estudiantado de la Universidad de Antioquia.

Todos estos factores aportaron a la hora de definir gran parte del enfoque investigativo. El desarrollo de los objetivos y estrategias que se abordaron se hicieron más fluidos en el sentido en que la orientación de los mismos tomó camino una vez se definió el problema. La exploración por las plataformas institucionales de la Universidad de Antioquia eran un aspecto familiar, ampliamente conocido por el público universitario, por lo que su abordaje también pudo ser más ameno. Las

entrevistas, en un segundo momento, fueron uno de los aspectos más retadores; esto debido al manejo del tiempo y contenidos a abordar, así como al tipo de relacionamiento que tienen algunos de los actores involucrados en el proceso de creación de contenidos.

La estructura de la Universidad es abierta, pero también puede ser un poco compleja de abordar si no hay un contacto directo que pueda facilitar la entrada de un personaje externo y que lleve características de investigador, aprendiz o estudiante. Sin embargo, para fortuna de la investigación, el tema y los contenidos abordados, se prestaban para abordar, aplicar e indagar con transparencia. Las habilidades sociales son una necesidad y una fortaleza del personal de la Universidad de Antioquia, tanto docentes, como estudiantes y personal administrativo.

En cuanto al objeto de estudio, las Habilidades sociales según la OMS en microrrelato digital, se ha venido desarrollando y en las últimas décadas ha tomado fuerza, relevancia e importancia gracias a las plataformas digitales, sin mencionar el desarrollo de la narrativa gracias a los esfuerzos publicitarios en su construcción de mercadeo. Todo le ha llevado a desarrollar productos y formatos de fácil consumo y que, usado de forma estratégica, puede servir para contar, formar y desarrollar desde el campo educativo, diversas habilidades que pueden complementar y servir de forma inesperada.

El uso y aplicación de este formato en el campo educativo puede ser valioso y llevar a contribuir de forma significativa al Bienestar estudiantil. Extender esta investigación a otras instituciones podría aportar en la medida en que se desarrolle de forma intencionada. Sin embargo, requiere de esfuerzos por parte de varios actores al interior de estas: un solo microrrelato digital puede ser intervenido por varios profesionales, desde varias áreas: psicólogos, productores audiovisuales, docentes, trabajadores sociales y comunicadores, de acuerdo con la intencionalidad final. Ello significa una buena inversión en términos de requerimientos técnicos, informativos, educativos y humanos.

Bienestar central hace uso del recurso audiovisual, emplea microformas y aprovecha enormemente sus redes sociales para compartir material audiovisual. El uso del microrrelato audiovisual digital debería ser amplio, teniendo en cuenta los alcances de esta microforma en la actualidad. De acuerdo con los contenidos encontrados en las plataformas digitales de la Universidad de Antioquia en general, y en los compartidos por la Dirección de Bienestar Universitario, se entiende y hace uso de formas breves, como notas, invitaciones y contenido similar, para entrar en contacto con los públicos. Esta tendencia de consumo entre los diferentes públicos puede influenciar enormemente si se le da un adecuado uso. Malaver, lo expone al abordar estas formas de

comportamiento, producción y consumo, en internet como nuevas formas culturales, y comenta que los micrometrajés, al facilitar un consumo colectivo frente a una pantalla, ha permitido diversas adecuaciones y configuraciones: “la recepción (inter)activa en espacios personales y/o privados; la experiencia visual colectiva con pantallas simultáneas; o aquella en espacios personales con espectadores/internautas en constante zapping o navegación, ejercitando en todas estos escenarios nuevos modo de ver” (Malaver, 2017. P. 186)

En este orden de ideas, el uso del microrrelato debería, para el caso de Bienestar de la Universidad de Antioquia aprovecharse para entregar una narración sintética sobre habilidades sociales, no necesariamente desde aspectos meramente informativos, sino también explorar la capacidad formativa/educativa. Completando la idea de Malaver, dentro de las generaciones actuales, y para los usuarios de espacios virtuales, “la brevedad audiovisual es un discurso bastante usual. Al igual que para el lector de microrrelatos impresos, el internauta está acostumbrado a la brevedad extrema, discurso que se ajusta a la inmediatez que distingue una serie de prácticas culturales contemporáneas” (2017, p. 186).

Habilidades Sociales, Microrrelato Audiovisual y Entornos Universitarios

El propósito de abordar las habilidades sociales según la OMS y el microrrelato audiovisual busca inicialmente abrir una puerta que permita la convergencia de estas dos temáticas dentro de las posibilidades identificadas por las unidades de producción audiovisual de la Universidad de Antioquia. En un primer momento una de las conclusiones a destacar es que el microrrelato audiovisual digital no es asumido como herramienta o medio para el abordaje y divulgación de habilidades sociales entre estudiantes. Son muchas las herramientas a las que la institución recurre para trabajar diversas temáticas, en algunas de ellas teniendo en cuenta este formato. Sin embargo, para el caso de las habilidades sociales es evidente su ausencia. En este sentido se abre la recomendación inicial de establecer rutas de elaboración, de trabajo, de procedimientos o de metodologías que den fuerza a este tipo de formatos para contar, narrar, y permitir un abordaje de impacto en las plataformas digitales. Sería un método que podría tener buenos resultados de acuerdo con las tendencias de consumo digital a la vez que le aportaría en el avance de las estrategias propuestas por la Dirección de Bienestar Central en lo que concierne al trabajo con estudiantes.

Se destaca, sin embargo, que cada dependencia, cada estrategia y táctica desarrolladas tienen un margen de libertad en la producción audiovisual; dicha característica permite una exploración y desarrollo de actividades y formas de actuar que pueden ser cercanas, mientras le añaden un plus, de acuerdo con las necesidades particulares de los estudiantes, las dependencias y los programas.

Existe también una realidad que no se puede negar al interior de una institución de educación superior financiada por el estado y es la disposición de recurso económico que gestiona cada dependencia académica (sea por asignación institucional o por consecución con la venta de productos o servicios), lo que afecta el desarrollo de diversas campañas y productos audiovisuales, ya que su realización depende de montos económicos significativos, afectando así la creación de material educativo, educ comunicativo o divulgativo. Ello podría limitar el potencial, la diversificación de formatos y la posibilidad de otras estrategias para acercarse conocimientos con material audiovisual, didáctico, formativo, informativo y pedagógico.

Siguiendo muy de la mano con el planteamiento anterior también se encuentra que, para los productos que logran ser desarrollados en algunas ocasiones, no se obtiene el alcance y la notoriedad esperadas en redes sociales digitales. El material que se logra identificar por parte de muchos de los estudiantes y de acuerdo con lo encontrado en los grupos focales llega a ser poco o nulo. Las

estrategias de publicación, los momentos, la forma de compartir los contenidos puede pasar desapercibidas.

De los estudiantes que integraron los grupos focales se notaba que a pesar de que reconocían la existencia de las redes sociales de la Universidad de Antioquia, la mayoría de ellos no se interesan en el contenido que se publica o no lo conocen (el relacionado con Bienestar Universitario y sus contenidos de educación e información). A pesar de esto los estudiantes entendían gran parte de los mensajes que se emitían en los videos compartidos durante la aplicación del instrumento. La recomendación o anotación para ajustar esta forma de divulgación, es la de inclinarse más hacia los contenidos breves y comenzar a hacer un énfasis significativo hacia la narrativa propuesta dentro de la investigación: el microrrelato audiovisual. Se recomienda en esta línea de trabajo aprovechar el formato del microrrelato que se divulga en redes sociales ya que allí es donde se encuentra una gran mayoría del público estudiantil. Si hay una comunicación directa a través de estos medios es más probable que los productos y alcances sean más efectivos.

Por otro lado, el microrrelato ya se presenta como un formato ágil, rápido y entretenido tomando algunas de las conclusiones presentadas desde diversos autores. Más allá de los formatos que usa la Universidad de Antioquia en sus plataformas virtuales -en su mayoría microtextos audiovisuales- donde predominan los textos científicos y similares, se debería optar por un formato más llamativo. Al implementar el microrrelato se podrían obtener mayor recepción en las audiencias debido a que éstas se ven reflejadas en estas historias, no sólo mediante perfiles, columnas de opinión, seguimientos a actividades, sino también mediante el uso de una narrativa más cercana al microrrelato. Desde aquí se podría tener mayor impacto en el público estudiantil propiciando una mejora en la recepción (redes sociales, métricas, alcance) y la interiorización de los mensajes (aprehensión).

Otro de los factores a evaluar dentro del uso de las redes sociales por parte de la Dirección de Bienestar Central y extendiendo esta recomendación a otras dependencias consiste en tomar en cuenta la forma en que se evalúan los productos y campañas desarrollados en las diversas estrategias. Muchas veces el público estudiantil no reacciona de forma adecuada a la esperada, ni siguiendo un objetivo ya establecido y la forma en que se viene midiendo la efectividad de las campañas digitales es tomando métricas que arroja una página. Si bien esta forma es imperante a las redes sociales digitales y da información respecto al consumo de los contenidos, se debería complementar con otra manera un poco más directa como, por ejemplo, indagar dentro de las encuestas y formularios aplicados a estudiantes si el contenido compartido dentro de las redes sociales ha sido pertinente en

el transcurso de su proceso formativo, no sólo si llega, sino también si es coherente y pertinente con su realidad inmediata.

Dentro de las conclusiones también se destacan los esfuerzos realizados por la Facultad de Medicina en su ejercicio con estudiantes en el abordaje de las habilidades sociales donde se aprecia una fortaleza y un punto a favor para el ejercicio planteado desde las estrategias de Bienestar Central. Si bien las diferentes unidades administrativas y dependencias académicas tienen claro las formas y métodos que usan al establecer y desarrollar las campañas que llegan de la Dirección de Bienestar Central, sería pertinente un trabajo mancomunado, un intercambio de experiencias exitosa y una réplica de algunos de sus contenidos más impactantes y de mejor resultado. Se habla en este punto, particularmente, de cómo la Facultad de Medicina propone el abordaje de campañas desde su estructuración, diseño y ejecución. En una de sus propuestas más recientes, como aspecto a resaltar dentro de las entrevistas aplicadas, se pudo evidenciar la propuesta y puesta en marcha de una idea de traer formatos diferentes a través de la producción audiovisual, donde tratan de dinamizar su trabajo en temas relacionados con habilidades sociales, tomando el microrrelato como un aspecto que se presenta como relevante, no sólo como un apoyo sino como una forma de aplicar las campañas orientadas al objetivo de Bienestar central de formar de manera integral al público estudiantil.

Como investigador, hay otros aprendizajes que trae el proyecto de investigación desarrollado. Al ser un caso de estudio que se da en una institución de educación superior se deben promover experiencias de aprendizajes. Muchas de las instancias consultadas estuvieron dispuestas y abiertas a la entrada de aprendices de investigación y compartieron sus aportes de forma clara y transparente. Los actores involucrados en este proceso fueron colaboradores. Sin embargo, en algunas dependencias se encontró un panorama diferente donde los encargados de algunos procesos se mostraban reacios a compartir o a aportar en el proceso de investigación sin una justificación clara. En una institución como la Universidad de Antioquia, con valores y principios enfocados en el desarrollo y potenciamiento de sus estudiantes y docentes en la labor investigativa se debe velar porque los profesionales, personal administrativo y los mismos profesores tengan perfiles abiertos y dispuestos a aportar en el proceso de enseñanza en sus diferentes niveles. Se entiende que muchos de los procesos sean privados o confidenciales pero este manejo se le puede dar combinando la didáctica, siendo asertivos en la forma en que se aborda la información mientras se construye, junto al estudiante, un proceso enriquecedor para todos.

En diálogo con el personal encargado de la producción audiovisual, con el personal docente, y la retroalimentación que se dio de uno y otro lado, permitieron desarrollar un primer momento, un esquema donde se estableció el funcionamiento de toda esta maquinaria para el desarrollo de

material digital en la institución. Resolver este flujo en la producción, y acercarse nuevamente a la fuente, abría nuevas inquietudes, pero también permitía resolver otras al corroborar las formas y estilos usados por la Universidad y el personal.

La investigación desarrollada por responsable como sujeto en formación posgradual, en acompañamiento de los docentes orientadores del proceso, comparten realidades algunas veces similares y otras ocasiones distantes, tanto en la presencialidad como en la virtualidad. Toda la experiencia y las formas de enfrentarse a la realidad se convierten en su vida cotidiana, aprenden desde el hogar, desde las instituciones de educación básica, y en este contexto de educación superior las refuerza gracias a sus compañeros, profesores e incluso gracias al personal administrativo. Las redes sociales median en este proceso y construimos realidad a través de todo ese conjunto de interacciones. Es ideal aprovechar y aportar siempre que sea posible. Somos parte de un todo y deberíamos ser plurales, entendiendo y aprendiendo de todo y de todos. Las habilidades sociales permiten este tipo de formación que muchas veces va más allá del aula de clase.

La creatividad y resiliencia que trajo la pandemia de COVID 19 a las formas de investigar, también fueron un aspecto importante para destacar. El encierro, la autorrealización de nuestra frágil condición de humanos no hizo más que potenciar la forma en que se aprende y enseña, mejorando las formas y contenidos digitales. Esta ganancia no debe ceder, debe quedarse y ser potenciada en la medida en que es el futuro mismo que se adelantó un par de años. Ya se venía proponiendo unas formas digitales a distancia con material didáctico, audiovisual, asincrónico, que complementan las formas de aprender y de enseñar. El reconocimiento de este tipo de situaciones como punto de inflexión y de mejora, pueden significar el mejor de los aprendizajes para la institución misma.

Por otro lado, la Universidad tiene diversos espacios de aprendizaje; la pandemia y el encierro empujaron a estrategias virtuales y a potenciar los contenidos y herramientas digitales. Este tipo de espacios y productos deben mantenerse y potenciarse, en la medida en que es un salto necesario en la evolución de la educación, que se venía trabajando de forma tímida, pero que ya se evidencia y se presenta como un modo necesario en el proceso de enseñanza aprendizaje. Reconocer la virtualidad como un espacio de potencial aprendizaje y a la vez identificar las herramientas y los productos que mejoran la experiencia, puede aportar enormemente a la institución. El microrrelato audiovisual digital en ambientes virtuales y espacios como las redes sociales, combinado con las habilidades sociales, se presenta como una opción que contribuye a la formación integral, y desde las recomendaciones de la OMS ayuda a la consecución misma de los objetivos planteados en el plan de desarrollo de la institución.

¿Cuál es la efectividad comunicativa del microrrelato audiovisual producido por la Universidad de Antioquia para fomentar las habilidades sociales entre sus estudiantes? Luego de un repaso por los objetivos de la investigación, del rastreo documental, la elaboración metodología y la aplicación instrumentos, se entienden muchos de los procesos de la institución. Si bien se encuentra que no hay un uso de este tipo de productos, se encuentran materiales que son cercanos, por lo que se abre la posibilidad del fomento del microrrelato como un formato óptimo para el trabajo, modificando los microtextos a los que se recurren, lo que permitiría a su vez, la interiorización de un mensaje con mayor claridad y alcance.

Ya se están dando iniciativas de trabajo sobre el microrrelato. Sin embargo, aún hacen falta más personas que se atrevan a utilizar las potencialidades de la universidad para explotar nuevos formatos, más cercanos, más asertivos. Ya se conoce el formato y se ha avanzado en su construcción, ya se conocen las habilidades y se les da la importancia. Ya se hace uso de las redes sociales para llegar a los públicos. Lo que falta es trabajar mejor sobre la forma en que se vinculan estos tres elementos, articulados con las campañas y estrategias para complementar, fuera del aula de clase, la formación de los estudiantes y futuros profesionales.

Referencias

- Alfageme, Begoña, Sánchez, Pedro (2002). Aprendiendo habilidades con videojuegos. *Comunicar*, (19),114-119. [fecha de Consulta 2 de Marzo de 2022]. ISSN: 1134-3478.
Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801921>
- Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica, 2003.
- Barbas Coslado, A. (2012) Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, (n.º 14), pp. 157-175.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1999). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu editores.
- Bower, G., & Clark, M. (1969). Narrative stories as mediators for serial learning. *Psychonomic Science*, 14(4), 181-182.
- Colina, C. (2000). Comunicación: sistemas tecnológicos en la flecha del tiempo. *Revista Diálogos De La Comunicación*, (Nº 57), Pág. 96 - 109.
- ComScore (2017). *Futuro Digital 2017: América Latina*. Recuperado de: <http://docplayer.es/82685284-Futuro-digital-2017-america-latina-agosto-2017-miami-fl-dfif17.html>, junio de 2020.
- Díaz-Bravo, Laura, Torruco-García, Uri, Martínez-Hernández, Mildred, & Varela-Ruiz, Margarita (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Recuperado en 08 de marzo de 2022, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es.
- Díaz De Salas, Sergio Alfaro; Mendoza Martínez, Víctor Manuel; Porras Morales, Cecilia Margarita (2011). Una guía para la elaboración de estudios de caso. *Razón y Palabra*, (75). Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/varia_75/01_Diaz_V75.pdf
- Educación 3.0, (2020) 25 cortometrajes para trabajar la inteligencia emocional. Madrid: Educación 3.0. Recuperado de <https://www.educaciontrespuntocero.com/> Marzo de 2020.
- Forero Sandoval, J. (2014). Distraer el dolor: un nuevo reto para los videojuegos en el mundo de la ciberpsicología. *Revista Universitas Científica*. (Vol. 17 N° 1), Pág. 16 - 19.
- García Manso, A. (2012). Experiencias formativas basadas en el uso de Wikis: aprendizaje por competencias, Edupunk y Open Social Learning en la Universidad española. *Mito y realidad. Estudios sobre el Mensaje periodístico*. (Vol 18).
- Gordillo, I. Guarinos V. (2010) El microrrelato audiovisual como narrativa digital necesaria. IX Conferencia Iberoamericana en Sistemas, Cibernética e Informática (CISCI 2010) (pp. 6).

Guarinos, V. (2009). Microrrelatos y microformas. La narración audiovisual mínima. *Admira*, 1, p. 33-53.

Léxico, (s.f.) meme. En Léxico.com Recuperado en enero 14 de 2022, de <https://www.lexico.com/definicion/meme>

López Bedoya, J. B. y Cardona Quitián, H. E. (2017). Recursos psicosociales para la permanencia de los estudiantes de la Universidad de Antioquia. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 9(2), págs. 123-138.

Malaver Copara, A. (2015). Microrrelato y micrometrage: paradigmas contemporáneos de la brevedad en la literatura y el cine latinoamericano y español. Aproximaciones teóricas y éticas. (Tesis doctoral). The University of Georgia, US.

Martin. M (1993). El lenguaje del cine. Gedisa editorial.

Martínez García, S. (2011). MICRORRELATO AUDIOVISUAL. La estética de la brevedad como “snack” cultural. *ACTAS ICONO14 - No 8 II Congreso Internacional Sociedad Digital Revista De Comunicación Y Nuevas Tecnologías*. (Vol 1.) P. 945-957.

Martínez, V. (2014) Habilidades para la vida: una propuesta de formación humana. Itinerario educativo, V 28. Núm. 63. P. 61-89.

Menéndez Hevia, Cuesta Cambra & Ugarte Iturrizaga, (2011). Comunicación y salud: nuevos escenarios y tendencias

Monje Álvarez, C. A. (2011) Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica

Monterroso, A. (1959) El dinosaurio. Obras completas (y otros cuentos). P 57.

Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [12/12/2020]. Recuperado de: <https://www.rae.es/dpd/in%20medias%20res>

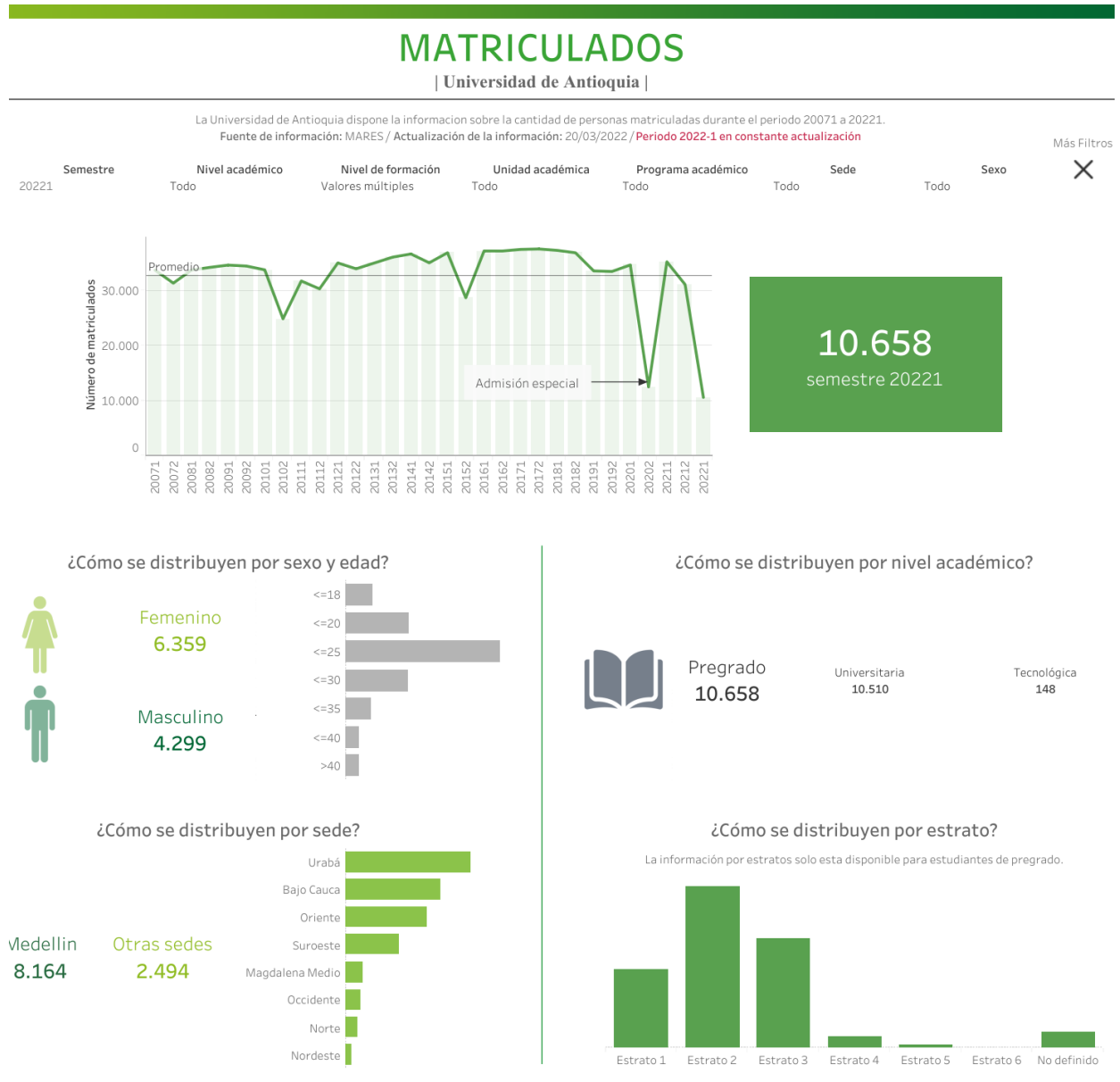
Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., [versión 23.4 en línea]. <<https://dle.rae.es>> Recuperado de: <https://dle.rae.es/meme>

Ruiz Bolívar, Carlos. (2016). Redes Sociales y Educación Universitaria. *Paradigma*, 37(1), 232-256. Recuperado en 19 de enero de 2021, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1011-22512016000100012&lng=es&tlng=es.

- Salazar S. Julio A. (2003) Estructuras de producción audiovisual: la organización jerárquica como sujeto productor y enunciador del discurso audiovisual. Tesis para optar por el Título de Licenciado en Comunicación social. Lima.
- Silveira Donaduzzi, Daiany Saldanha da, Colomé Beck, Carmem Lúcia, Heck Weiller, Teresinha, Nunes da Silva Fernandes, Marcelo, & Viero, Viviani. (2015). Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa. *Index de Enfermería*, 24(1-2), 71-75.
<https://dx.doi.org/10.4321/S1132-12962015000100016>
- Siles González, Ignacio (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, II (108),55-69. [fecha de Consulta 3 de marzo de 2022]. ISSN: 0482-5276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15310805>
- Trijueque, S.G. (2016). Redes sociales digitales: información, comunicación y sociedad en el siglo XXI (2000-2010).
- Ulloa Sanmiguel, A. (s.f.) Nuevas tecnologías, cibercultura y cultura escrita: entre la educación y la comunicación. Recuperado el 5 de marzo en https://www.javeriana.edu.co/unesco/humanidadesDigitales/ponencias/IV_67.html
- Universidad de Antioquia (SF) Data UdeA. Recuperado de: <http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/institucional/data-udea/formacion/matriculados>.
- Universidad de Antioquia (SF) El Bienestar en la UdeA. Recuperado de: <http://www.udea.edu.co/wps/portal/udea/web/inicio/bienestar/bienestar/>
- Universidad de Antioquia (2017) Plan de Desarrollo 2017 – 2027. Recuperado de: <http://www2.udea.edu.co/webmaster/multimedia/plan-desarrollo-udea/plan-desarrollo-udea.pdf>
- Universidad de Antioquia, (27 de mayo de 2020) Esta casa de todos nos espera #UdeACasaDeTodos [Archivo de video] Youtube. <https://youtu.be/nDBZGFZbNIw>
- Valles Calatrava, J., Alamo Felices, F., Cantón Rodríguez, L. (2002). Diccionario de teoría de la narrativa. Salobreña: Alhulia.
- Vox. (2019). The mind, explained [Video]. Recuperado de <https://www.netflix.com>.
- World Health Organization (1997). LIFE SKILLS EDUCATION FOR CHILDREN AND ADOLESCENTS IN SCHOOLS. Recuperado de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/63552>
- World Health Organization (2003). Skills for Health. Recuperado de https://www.who.int/school_youth_health/media/en/sch_skills4health_03.pdf

Anexos

Anexo 1: Datos de los estudiantes matriculados en la Universidad de Antioquia, distribuidos por edad, sede, estrato.



Fuente: Data UdeA

Anexo 2: Tabla de usuarios activos en las redes sociales Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, y otras.



The Power MBA

Fuente: The Power MBA

Anexo 3:

Entrevista a Comunicador – Dirección de comunicaciones Universidad de Antioquia:

<https://docs.google.com/document/d/1Dxom1hSknX76CRayXzXmrpsx3IBG9V6inH07qV1opcY/edit?usp=sharing>

Anexo 4:

Entrevista a Juan David Castro – Facultad de Medicina

<https://docs.google.com/document/d/1gm7VzGNWo6F2ZZZ1bjhOWyz4jijL81iVOZs-9T0esx4/edit?usp=sharing>

Anexo 5:

Entrevista a Hosman Arcila, Psicoorientador de la Dirección de Bienestar Central.

https://docs.google.com/document/d/1fCuiZ_wq-5BNZEVQVJkiMVKuGvldzeLqDJOIPTxCRdl/edit?usp=sharing

Anexo 6:

Entrevista a Diego Alexander Sánchez Zapata, Coordinador UdeA Televisión

<https://docs.google.com/document/d/15g-ALgB6gFzwHPKN21nitZksRgaSP7QUbtNakauRWLc/edit?usp=sharing>

Anexo 7:

Grupo focal – Facultad de Ingeniería

<https://drive.google.com/file/d/1qKK95TqplFqMLdUVkbs3EGTKnyp1zGag/view?usp=sharing>

Anexo 6:

Grupo Focal – Facultad de Comunicaciones

https://drive.google.com/file/d/1nH8eM0das4PDzS_av2h48cu_qL3Uqvo5/view?usp=sharing

Anexo 8:

Encuesta aplicada a grupos focales:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdcgqLct924lwoBkRf8kHn8ZCEU4j1j7h1w5Z2RPgHN-khSUA/viewform?usp=sf_link