

Comunic@ tu servicio social comunitario: una experiencia en la implementación de una propuesta educativa

Lilia-Rosa Ávila-Meléndez, Jorge-Abelardo Cortés-Montalvo

RESUMEN

Se describe una experiencia de implementación de una propuesta comunicativa en la Universidad Autónoma de Chihuahua, México, basada en un enfoque de investigación-acción participativa; la estrategia de intervención comprende la construcción de productos de difusión audiovisual que muestren las evidencias de la práctica del Servicio Social de los estudiantes con un formato innovador del informe final; esta opción promueve la competencia comunicativa. Formar a los jóvenes universitarios desde esta perspectiva orienta a la oferta, desde dicha práctica, de programas y proyectos donde desarrollen competencias múltiples encaminadas a realizar una reflexión de la experiencia, que los sensibilice acerca de las necesidades de su entorno social.

Palabras clave: servicio social, multimedia, video, competencia comunicativa, portafolio digital, México.

Lilia-Rosa Ávila-Meléndez

lic.liliavila@gmail.com

Mexicana. Maestra en Educación Superior por la Universidad Autónoma de Chihuahua, México. Jefa del Departamento de Extensión Universitaria, Dirección de Extensión y Difusión Cultural, Universidad Autónoma de Chihuahua. Temas de investigación: servicio social universitario, educomunicación.

Jorge Abelardo Cortés-Montalvo

cortesmontalvoj@gmail.com

Mexicano. Doctor en Ciencias de la Información, Universidad de Sevilla, España. Académico Titular "C" de Tiempo Completo, División de Estudios de Posgrado, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Chihuahua, México. Temas de investigación: educomunicación, innovación educativa.

Comunic@ tu servicio social comunitario: uma experiência na implementação de uma proposta educativa

RESUMO

Descreve-se a experiência da implementação de uma proposta comunicativa na Universidad Autónoma de Chihuahua, baseada em uma abordagem de investigação-ação-participativa. A estratégia de intervenção abrange a construção de produtos de difusão audiovisual que mostrem as evidências do Estágio dos estudantes, apresentando o relatório final com formato inovador; alternativa que promove a competência comunicativa. Formar os jovens universitários a partir dessa perspectiva os orienta para a oferta, desde essa prática, de programas e projetos onde eles possam desenvolver competências múltiplas voltadas para efetuar uma reflexão da experiência, os sensibilizando sobre as necessidades do seu ambiente social.

Palavras chave: estágio, multimídia, vídeo, competência comunicativa, portfólio digital, México.

Comunic@te your social community service: an experience in the implementation of an educational proposal

ABSTRACT

An experience of implementing a communicative proposal at the Universidad Autonoma de Chihuahua, is described based on a Participatory Action Research. The intervention strategy involves building products for audiovisual dissemination that show evidence of the practice of Social Service for students with an innovative format of the final report; this alternative promotes communicative competence. Training university students from this perspective, from the practice, guides the supply of programs and projects whereby students develop multiple skills aimed at realizing a reflection of the experience, allowing students to be sensitive to the needs of their social environment.

Key words: social service, multimedia, video, communication skills, digital portfolio, Mexico.

Recepción: 21/10/14. **Aprobación:** 29/06/15.



Introducción

Es una manifestación reiterada por gobiernos, instituciones y organismos internacionales que la educación superior tiene una encomienda social que ha permanecido vigente desde sus orígenes, en esa función se identifican dos ejes estructurales: el del conocimiento y el del servicio. El primero referido a la búsqueda de la verdad a través del cultivo del conocimiento, donde las instituciones de educación superior (IES) recaban el legado educativo y cultural histórico, y a su vez generan, a través de la investigación, nuevo conocimiento para proyectarlo con aportaciones propositivas en el proceso formativo de sus educandos. El segundo eje se orienta hacia la vinculación del conocimiento con los requerimientos de la realidad social, es decir de beneficio a la sociedad (Villaseñor, 2004).

Partiendo de esta premisa se puede constatar que la educación superior tiene una función social asignada y definida por cada institución educativa, según se declara en la misión, visión, valores y objetivos de cada una de ellas.

En ese sentido, las IES marcan la directriz para orientar sus planes y programas de estudio en la formación de profesionales *competentes* que den respuesta a las necesidades del entorno. Dicha competencia comprende también la capacidad de comunicar conocimiento y propuestas de solución a través de diversos medios (Cortés, 2003). Esta preparación lleva consigo, desde luego, una formación con fundamento científico, pero también humanístico, que da sentido a las relaciones de solidaridad entre los seres humanos e impulsa el espíritu de servicio, colaboración y convivencia pacífica. En ese tenor, los estudiantes tienen que encontrar, durante su formación, valores, principios, actitudes y desarrollar destrezas, habilidades y competencias que les permitan enfrentar con éxito los retos y desafíos que una sociedad compleja y globalizada les plantea de forma cotidiana, conforme se aproximan a las metas de su proyecto de vida personal, integrando capacidades de naturaleza cognitiva en los ámbitos emocional y social.

Contexto

La tradición y la reglamentación de las universidades públicas mexicanas, como es el caso de la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH), considera que es deber de los estudiantes beneficiados con la educación superior, financiada en buena medida con recursos públicos, retribuir a la sociedad, una vez finalizada su formación académica, con acciones específicas propias de su disciplina, durante un periodo de seis meses a un año, en ocasiones remunerada con beca pero por lo general como una aportación gratuita. Esa contribución universitaria denominada Servicio Social, plantea escenarios, a través de programas institucionales, donde el estudiantado pone en práctica, en beneficio de la comunidad, lo aprendido en las aulas, talleres y laboratorios, y es asimismo evaluado y considerado como un requisito indispensable para que todo universitario obtenga el título o grado del programa de licenciatura que cursa (UACH, 2009).

A lo largo de varias décadas las IES han implementado distintas acciones encaminadas a fortalecer esta práctica del quehacer universitario; sin embargo prevalece aún la necesidad de reforzar la esencia última del Servicio Social comunitario, desarrollar estrategias formativas que encaminen a los jóvenes universitarios a identificarse con su comunidad, para que generación tras generación, construyan y reconstruyan el sentido del servicio a la sociedad. Esta orientación atiende a la recomendación de la UNESCO a las IES, donde sugiere que dentro de sus programas y estructuras consideren todas las medidas necesarias para que el servicio que se preste a la comunidad vaya encaminado a erradicar la pobreza, la intolerancia, el analfabetismo, la violencia, el hambre y las enfermedades (UNESCO, 1998).

Coincidimos con la consideración de Limones *et al.*, (2008), cuando en su trabajo sobre la recopilación y análisis de los significados de los congresos nacionales de Servicio Social, dan cuenta de que esta práctica es un espacio para lograr un aprendizaje

significativo, dado que ocurre cuando el alumno aplica los conocimientos y éstos cobran sentido y significado a través del proceso de reflexión acerca de la problemática de su entorno social. Es un momento de integración, reconocimiento y ejercicio de las herramientas adquiridas y las competencias desarrolladas a lo largo de su trayectoria académica, tanto en su campo disciplinar como en aquellas de carácter genérico y transversal, para la vida y la convivencia.

Este momento constituye, sin duda, un espacio ideal para poner en juego el bagaje de conocimientos y habilidades con los que cuenta el estudiante, adquiridos durante su formación, para enlazarlos con los que en ese contexto se construyen. Aquellas experiencias de aprendizaje relevantes ubicadas en escenarios reales permiten a los estudiantes enfrentarse a retos y situaciones de la vida cotidiana, aplicar y transferir el conocimiento de forma significativa, desarrollar nuevas habilidades, manejar circunstancias sociales para contribuir a la solución de problemas, vincular el pensamiento con la acción y reflexionar acerca de la experiencia.

Del conjunto de factores psicoeducativos que inciden en el aprendizaje se consideran los motivacionales, relacionales y afectivos como los que más influyen en el aprendizaje significativo (Covarrubias, 2007), opinión que comparten Gabelas y Marta (2012), la disposición o interés del estudiante para alcanzarlo resulta imprescindible para entender los significados. Como un proceso multidimensional de apropiación cultural debe comprenderse el aprendizaje, ya que se trata de una experiencia que involucra el pensamiento, la afectividad y la acción (Baquero, 2002). El estudiantado universitario, al desempeñarse integralmente ante un problema u objetivo, trasciende el espacio del conocimiento teórico y traslada el empeño a la articulación del conocer con los planos del hacer y del ser, esto es, se vuelve competente (Cortés, 2012).

Vivenciar un aprendizaje relevante adquiere un significado extraordinario para los estudiantes,

prácticamente ingresando a su fase de profesionistas noveles, documentarlo y expresarlo a través de la construcción de mensajes y contenidos en voz de sus actores, nos encamina a correlacionar la competencia comunicativa y mediática con el aprendizaje en el servicio social.

Objeto de estudio

Este escrito detalla una experiencia en la implementación de una propuesta de desempeño en la competencia comunicativa, cuyo objetivo es elaborar productos de difusión audiovisual —básicamente vídeos—, que muestren las evidencias del Servicio Social comunitario llevado a cabo por una cohorte de estudiantes en la etapa final de su formación, previa a la obtención del grado, como informe final para comunicar la experiencia de aprendizaje, utilizando los recursos de vanguardia con los que se cuenta en la actualidad en materia de tecnologías de información y comunicación.

Como se ha señalado en trabajos anteriores (Cortés *et al.*, 2013: 291):

La capacidad plena de comunicarse de forma efectiva, eficiente y suficiente, es una competencia compleja integrada, desde luego, por las destrezas lingüísticas y expresivas del individuo, pero también por el dominio, básicamente a nivel de usuario, de distintos recursos técnicos y tecnológicos, cierto manejo secuencial de la información y por la habilidad empática de interacción con quienes deseamos comunicarnos, además del medio por el que lo hacemos.

Lo cierto es que todas las características y atributos de los distintos tipos y modalidades de competencia, requieren de la competencia comunicativa, en alguno o todos sus aspectos instrumentales de operaciones lingüísticas, informacionales, tecnológicas, digitales y mediáticas, integradas, todas ellas, en un ámbito no instrumental, de carácter



‘ético-emocional’ —o factor relacional (Gabelas *et al.*, 2012) — que las contiene.

Ha de considerarse que a través de la elaboración de materiales audiovisuales, los jóvenes estudiantes reafirman aprendizajes y experiencias; retoman y reviven actitudes, sentimientos, pensamientos que asumen durante la estancia del Servicio Social, ya que todo el procedimiento para el diseño y producción del video contempla desde la colección de imágenes, elaboración de guiones, entrevistas, narración, hasta concluir con la edición de los productos, todas estas fases las realizan de manera colaborativa con sus compañeros. Imagen, sonido, movimiento, juego, trabajo en equipo son herramientas primordiales dentro de la educación y estos elementos están incluidos en la propuesta para generar procesos de aprendizaje, donde se promueven desempeños eficaces y eficientes en el despliegue de la competencia comunicativa.

Compartimos con Ferres (2007: 102) la idea de que "la competencia comunicativa audiovisual es la capacidad de la persona para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo". Esta competencia se relaciona con el conocimiento de los medios de comunicación y con el uso básico de las tecnologías multimedia necesarias para producirla. La investigación recientemente reportada, ha definido los atributos que identifican los dominios y desempeños de dicha competencia como variables constantes:

La dimensión del lenguaje, referida al conocimiento de los códigos del lenguaje mediático y a la capacidad de análisis del significado y de la estructura narrativa de los mensajes: la tecnología, relacionada con el conocimiento de los sistemas informáticos y manejo de las herramientas necesarias para llevar a cabo la comunicación mediática: la producción y programación, que implica el conocimiento de las fases en que se descomponen los procesos de producción y

programación y la capacidad de elaborar mensajes audiovisuales: la ideología y valores, que sitúa la objetividad y flexibilidad de las informaciones procedentes de los distintos medios y los intereses y valores que subyacen (Pérez y Contreras, 2014: 231).

La noción de competencia mediática está estrechamente asociada con la competencia comunicativa, aunque este término suele tener distintas connotaciones, como bien apunta Ballesta (2011: 66), "En los procesos de enseñanza-aprendizaje que son en definitiva procesos comunicativos se viene utilizando el término 'medio' para significar un concepto próximo al de soporte comunicativo, aunque habría que realizar una serie importante de matizaciones, ya que el significado no está uniformemente generalizado en la literatura especializada, como tampoco por la singularidad del campo de aplicación".

La imagen comunica, proporciona conocimiento, opinión; con ella es posible interactuar, imitar, construir o reproducir la realidad. El estudiante puede ocupar el lugar de productor de ideas, sensaciones o visiones. Se hace necesario que "la educación para los medios promueva la creatividad y contribuya al pensamiento crítico, asumida desde un nuevo humanismo con los mejores valores de las sociedades" (Aguaded, 2004: 190).

Los jóvenes universitarios viven en el desempeño de sus prácticas de Servicio Social una experiencia cultural distinta, que incluye nuevas maneras de percibir, de sentir, de escuchar y de ver (Galán, 2010). Los estudiantes ocupan hoy en día gran parte de su tiempo frente al uso de tecnologías, tiempo valioso en el campo educativo para potenciarlo desde la didáctica como un medio de expresión de ideas y emociones; convertirse de receptor a emisor y descubrirse como creador y diseñador de su entorno para aprender (Méndez, 2011). La educación para los medios, entre otras muchas cosas, pretende enseñar al estudiante a crear y generar sus propios mensajes a través de los recursos mediáticos (Area y Pessoa, 2012).

Por su aspecto motivador y su cercanía a la realidad de los jóvenes estudiantes, los medios y las tecnologías de la información y la comunicación son un modo de expresión y un acceso al conocimiento, pero es indispensable conocer estrategias de recepción, selección de información y materiales para asimilar los contenidos y estar en posibilidades de producir creativamente sus propios mensajes y conocimientos. Por ello se propone que la elaboración de materiales audiovisuales sea una estrategia para educar en la información y la comunicación digital (educomunicación); es decir, induce a los estudiantes a comprender, producir y consumir críticamente los mensajes, impulsándolos a ser creadores activos de los propios y evitar permanecer en un papel de consumidores pasivos.

De esta manera, los universitarios ponen en ejecución, durante la práctica del Servicio Social y a su conclusión, en una situación de integración real (Rougiers, 2007), los conocimientos, habilidades y destrezas aprendidas a lo largo de su formación, para desempeñarse con corrección en los diversos ámbitos de la competencia comunicativa, pero también están en condición, todavía, de recibir asesoría y apoyo profesional, para complementar y fortalecer los aspectos que sientan débiles o insuficientemente dominados en este campo. Adicionalmente, estudios de este tipo sirven para tomar previsiones en la planeación curricular, ya que: "A partir del establecimiento de grados de competencia en cada etapa escolar, podemos determinar cuáles son las dimensiones en las que se aprecian más carencias y, por tanto, se requiere de una mayor intervención curricular para lograr los objetivos de la alfabetización mediática" (García-Ruiz *et al.*, 2014: 21).

Con la incorporación del lenguaje de imágenes visuales, narración, manejo de equipo y edición, se incursiona en la innovación de los procesos universitarios del Servicio Social comunitario, ya que áreas motivadoras, creativas, interesantes y diferentes refuerzan la formación de los estudiantes en materia

de competencia comunicativa y trabajo colaborativo, al expresar de primera mano, una reflexión de la experiencia del Servicio Social.

Otorgar un sitio que trascienda los espacios universitarios, colocando en la red de redes un repositorio para que sea posible tener libre acceso a los productos de esta práctica, tanto como evidencia pero también en reconocimiento a los estudiantes que se han formado de manera ejemplar, cierra el círculo comunicativo, ya que según se ha expresado antes, al generar nueva información y convertir el conocimiento resultante en un nuevo documento de cualquier tipo, es preciso codificarlo adecuadamente y situarlo en algún circuito mediático para su difusión y consulta.

El resultado final conduce a una manera objetiva, ilustrativa y fácil de evaluar dicha actividad, además de colocar al Servicio Social en un espacio gratificante para su realización.

Para evaluar la formación social universitaria "no se puede gestionar lo que no se comunica, comunicar lo que no se mide, medir lo que no se define y definir lo que no se entiende" (Jiménez, 2006: 107).

Metodología

El ejercicio de esta propuesta, en su dimensión investigativa, sienta sus bases en el paradigma cualitativo, no obstante la utilización de algunos parámetros numéricos y porcentuales, el tipo de estudio tiene un alcance comprensivo y se utiliza una metodología fincada en la investigación-acción participativa en tanto se incorporan innovaciones sobre la práctica, con el propósito de enriquecer la experiencia vivencial del estudiante y de los destinatarios del Servicio Social documentando sistemáticamente la experiencia. Los rasgos que identifican a este método son el carácter preponderante de la acción, el papel activo que asumen los sujetos que participan en la investigación, la cual toma como inicio los problemas surgidos en la práctica educativa, reflexionando sobre ellos. "La investigación-acción es una forma de



investigación llevada a cabo por parte de los prácticos sobre sus propias prácticas" (Kemmis, citado por Rodríguez, 1996: 52). El objetivo fundamental de la investigación-acción es mejorar la práctica antes que producir conocimiento. La producción y utilización de conocimiento está subordinada y condicionada por ese objetivo (Elliot, 1991).

La planeación de este trabajo comprende tres momentos: el primero fue la etapa de exploración diagnóstica en las 15 unidades académicas de la Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH), a fin de determinar el procedimiento que cada una sigue para documentar la experiencia de los estudiantes en la última fase del Servicio Social y proceder a su evaluación y liberación. Como complemento del diagnóstico se llevó a cabo una indagación semejante con diez IES públicas del país, para conocer igualmente los procesos que cada una de ellas lleva a cabo para validar el Servicio Social, las características del informe final que debe presentar el estudiante para su liberación y de qué manera dan cuenta a la sociedad en general —si lo hacen— de los resultados y experiencias de dicha práctica.

Derivado de los resultados obtenidos en el diagnóstico, que se detallan adelante, el segundo momento es la etapa del diseño de la propuesta educativa *Comunic@ tu servicio*, que consta de seis fases, que van desde la sensibilización de los estudiantes a la prestación del Servicio Social comunitario hasta la liberación del mismo; la difusión de los productos y el reconocimiento de lo más destacado en la elaboración de los informes finales, en la modalidad de materiales audiovisuales que ilustran el desempeño y reflexión de esta práctica documentada con imágenes fijas y en movimiento, narrativas, testimoniales, entrevistas, entre otros recursos (ver los detalles en la tabla II).

Finalmente, en un tercer momento, para la etapa de intervención se estructuró un plan compuesto por un conjunto de acciones y estrategias concretas, que inició con la socialización de la propuesta, involucrando a los participantes, impulsando su colaboración y cooperación. Por último se implementó un sistema de retroalimentación con los resultados obtenidos.

Participantes

Formaron parte de este estudio 75 estudiantes, mujeres y hombres, de nivel licenciatura, ubicados en los últimos semestres de 20 carreras, e inscritos en el programa *UACH-Peraj¹ adopta un amigo* (ver tabla I); el equipo asesor y de apoyo técnico de la Unidad Central de Servicio Social de la Dirección de Extensión y Difusión, además de los 15 coordinadores de Servicio Social de las facultades que integran la UACH.

Instrumentos y esquema procedimental

Las herramientas utilizadas para realizar el diagnóstico (primer momento) fueron: análisis e interpretación de documentos, entrevista, observación participante y la aplicación de un cuestionario, consistente en cinco preguntas abiertas relacionadas con el uso y destino de los informes finales de Servicio Social de los estudiantes. Este instrumento fue dirigido a los coordinadores de las 15 unidades académicas en el área de Servicio Social. Para complementar el diagnóstico se realizó una indagación a través de una entrevista vía telefónica con los directores o coordinadores de Servicio Social de diez IES públicas, para conocer cuáles son los procesos que llevan a cabo para validar el Servicio Social y liberarlo. La exploración se basó en tres preguntas enfocadas hacia el formato final para elaborar el

¹ *Peraj* es un programa de tutorías a nivel internacional, basado en un modelo Israelí; consiste en el acompañamiento de un joven universitario como mentor durante un ciclo escolar, con un niño de 5° o 6° grado de nivel primaria en escuelas públicas, para incidir en el desarrollo de sus potencialidades. <http://148.228.229.11/dirserso/doctos/Peraj1.pdf>; http://diex.uach.mx/programa_peraj/que_es_peraj_adoptar_un_amigo/

Tabla I. Número de estudiantes por carrera de la UACH inscritos en el programa UACH-Peraj adopta un amigo, del 1 de octubre, 2011 al 30 de septiembre, 2012

Número de estudiantes	Carrera	Número de estudiantes	Carrera
1	Ing. Físico	3	Lic. Administración Agrotecnológica
1	Lic. Administración de Empresas	3	Lic. Administración Gubernamental
1	Ing. Matemático	3	Contador Público
1	Ing. Desarrollo Territorial	3	Lic. Letras Españolas
1	Lic. Artes Plásticas	4	Ing. Químico
2	Lic. Artes Teatro	4	Químico Bacteriólogo Parasitólogo
2	Lic. Ciencias de la Información	7	Lic. Música
2	Lic. Administración Financiera	13	Lic. Educación Física
3	Ing. Aeroespacial	16	Lic. Derecho

Fuente: Dirección de Extensión y Difusión Cultural de la Universidad Autónoma de Chihuahua.

informe; si se utiliza la modalidad de video para dar cuenta de las actividades que los estudiantes realizan y, por último, si las instituciones hacen uso de sistemas de información y comunicación para administrar el Servicio Social.

El segundo momento de la investigación refiere el diseño de la propuesta, según se muestra en la tabla II.

En la etapa de intervención (tercer momento), para documentar la implementación de *Comunic@ tu servicio*, se diseñaron y aplicaron los siguientes instrumentos: una guía para la elaboración del informe en formato de video, el cuestionario sobre la experiencia en la elaboración de los materiales audiovisuales, una rúbrica para valorar los contenidos de los videos.

El propósito del cuestionario fue conocer la opinión de los prestadores de Servicio Social acerca de la elaboración de los materiales audiovisuales en

cuanto a las categorías de: 1) conocimientos y habilidades para la edición del video, 2) utilidad del informe final modalidad video, 3) fomento de la competencia comunicativa, 4) trabajo colaborativo, 5) percepción del impacto del Servicio Social, 6) difusión del Servicio Social.

Durante el periodo de prestación del Servicio Social, a lo largo de diez meses comprendidos entre septiembre de 2011 y junio de 2012, los estudiantes contaron con la asesoría del personal del Departamento de Comunicación Social de esta Universidad, expertos en diseño y comunicación, para orientarlos acerca de la producción y edición de los materiales audiovisuales. En sesiones de capacitación se orientó acerca del manejo de equipo, aspectos técnicos en la toma de imágenes y se les otorgó una guía con las especificaciones necesarias para la elaboración del video.



Tabla II. Diseño fase por fase de la propuesta *Comunic@ tu servicio* para el Programa UACH-Peraj adopta un amigo aplicada del 1 de octubre 2011 al 30 de septiembre de 2012 (segundo momento)

Fase I. Sensibilización e inducción al Servicio Social	
<p>1. Objetivo: El estudiante analizará la información relacionada a la normativa y mística del Servicio Social universitario y su aportación como factor de cambio a través de la prestación del Servicio Social. Producto: síntesis por escrito de la narrativa sobre la reflexión.</p>	
Estrategias	Acciones
1.1 Pláticas de inducción al Servicio Social.	1.1.1 La Unidad Central de Servicio Social (UCSS) en colaboración con los coordinadores de Servicio Social de las unidades académicas impartirán pláticas introductorias al Servicio Social a los estudiantes candidatos que cumplan con los requisitos.
1.2 Distribución de reglamentos de Servicio Social.	1.2.1 Las unidades académicas y la UCSS entregarán ejemplares del Reglamento General de Servicio Social a cada uno de los estudiantes para hacer del conocimiento la normativa vigente.
1.3 Difusión de materiales audiovisuales de otros prestadores de Servicio Social.	1.3.1 La UCSS y la unidad académica realizarán la proyección de videos que muestran el desempeño de prestadores de Servicio Social de periodos anteriores.
1.4 Testimonios de estudiantes que realizaron Servicio Social.	1.4.1 La UCSS presentará testimonios de estudiantes que realizaron Servicio Social y la narrativa de su experiencia en el desempeño. 1.4.2 El estudiante observará y analizará las contribuciones de otros universitarios a favor de la construcción del tejido social.
Fase II. Crea tu portafolios	
<p>2. Objetivo: El estudiante realizará el compendio de evidencias acerca de su desempeño en el Servicio Social a través de diferentes documentos, toma de imágenes fijas y en movimiento, para conformar el portafolio. Producto: documentos y materiales visuales en archivo.</p>	
Estrategias	Acciones
2.1 Archivo de materiales impresos y digitales.	2.1.1 Realización de toma de imágenes en el transcurso del desarrollo del Servicio Social para integrar el archivo digital. 2.1.2 Conformación del archivo de materiales diversos que muestren el desempeño del Servicio Social del estudiante.
2.2 Seguimiento con la elaboración de informes parciales.	2.2.1 Redacción de tres informes parciales como mínimo que plasmen las principales actividades acerca de las actividades en el proyecto de Servicio Social que desarrolla el estudiante.

Fase III. Entrega del portafolios	
<p>3. Objetivo: Los prestadores de Servicio Social realizarán la edición del material audiovisual con los documentos contenidos y recopilados en el trayecto del Servicio Social. Producto: video de Servicio Social.</p>	
Estrategias	Acciones
3.1 Formulación del informe final de Servicio Social de acuerdo con el formato guía/instructivo.	<p>3.1.1 Elaborar el informe final de Servicio Social que muestre las principales actividades desarrolladas de acuerdo con las especificaciones del instructivo de procedimientos para el Servicio Social en formato digital para materiales audiovisuales.</p> <p>3.1.2 Narrar la experiencia personal del Servicio Social e integrarla en el informe digital.</p> <p>3.1.3 Incluir el testimonio de los beneficiarios del Servicio Social a través de una entrevista filmada.</p> <p>3.1.4 Producir una galería de fotos y videos acerca de sus actividades del Servicio Social para incluirlas en el informe audiovisual.</p> <p>3.1.5 Clasificación del material audiovisual recopilado.</p> <p>3.1.6 Selección de los materiales visuales, auditivos y digitales para la construcción del contenido que comunique su mensaje.</p>
3.2 Edición del video con las especificaciones del formato guía/instructivo.	3.2.1 Editar un video con duración promedio de 8 minutos representando las principales actividades de Servicio Social a través de contenidos testimoniales, fotográficos y materiales recopilados en el archivo del portafolios.
3.3 Entrega del portafolios.	3.3.1 Entrega del portafolios conteniendo en él: video como informe final de Servicio Social y la carta constancia original de la unidad receptora donde realizó el Servicio Social.
Fase IV. Difusión	
<p>4. Objetivo: La UCSS en colaboración con los jóvenes prestadores de Servicio Social, asesores y beneficiarios realizarán la difusión de las actividades más sobresalientes del Servicio Social universitario contenidas en los portafolios y materiales audiovisuales. Producto: videos de Servicio Social, guiones de radio y artículos.</p>	
Estrategias	Acciones
4.1 Promoción y difusión del Servicio Social.	<p>4.1.1 La Unidad Central de Servicio Social revisa y selecciona los portafolios y materiales audiovisuales entregados por los estudiantes.</p> <p>4.1.2 Instalación de un repositorio dentro de la plataforma web universitaria para publicar los videos seleccionados.</p>
4.2. Programas de radio.	4.2.1 Invitación a los prestadores y asesores a la producción de programas de radio en Radio Universidad.
4.3 Publicación en periódico <i>El Universitario</i> .	4.2.1 Elaboración de artículos de Servicio Social por los estudiantes para la publicación en el periódico.



Fase V. Reconocimiento	
5. Objetivo: La UCSS y las unidades académicas publicarán la convocatoria al reconocimiento del Servicio Social modalidad "Mejor Video".	
Estrategias	Acciones
5.1 Reconocimiento al Servicio Social.	5.1.1 Integración del jurado calificador para seleccionar los mejores videos. 5.1.2 Se convoca al premio para los mejores videos, que por su diseño y creatividad sean merecedores alcanzar esta distinción. 5.1.3 En ceremonia especial, se entregarán los reconocimientos a los estudiantes galardonados, además de difundir sus productos en diferentes espacios.
Fase VI. Reporte Institucional	
6. Objetivo: Difundir las actividades del Servicio Social universitario a través de la producción de un video institucional con los mejores materiales audiovisuales y portafolios de los estudiantes. Producto: video institucional.	
Estrategias	Acciones
6.1. Edición de video institucional de Servicio Social.	6.1.1 Con el compendio de los portafolios y materiales audiovisuales de los estudiantes, semestralmente se realiza la producción de un video institucional con los contenidos más sobresalientes para el informe de la UCSS. 6.1.2 El video institucional se utiliza en los siguientes ciclos de registro y apertura al Servicio Social en las pláticas de inducción inmediato posterior al período de entrega.
6.2 Difusión institucional del Servicio Social universitario.	6.2.1 Informar las actividades de Servicio Social de los estudiantes y docentes a través de los videos institucionales en diferentes espacios.
6.3 Participación en congresos nacionales de Servicio Social.	6.3.1 Con la colaboración de estudiantes, docentes asesores, y UCSS se llevará a cabo la elaboración de ponencias y videos para presentarlos en congresos nacionales.

Fuente: elaboración propia.

Se introdujo la estrategia del portafolios digital, donde cada uno de los participantes realizaba la integración de las evidencias del Servicio Social que les permitiera contar con materiales para la producción del video como producto final del desempeño. Tenían la posibilidad de realizar esta tarea de manera individual o por equipo. Para impulsar el trabajo colaborativo se instruyó a los estudiantes que conformaran equipos de hasta tres integrantes, si así era su elección, agrupándose libremente según su disciplina, empatía, coincidencia de intereses o trabajo en común que desarrollaron durante el periodo mencionado.

Resultados

Los resultados se describen en los tres momentos de la implementación. En el primer momento, los datos obtenidos en la exploración diagnóstica tanto hacia el interior de la UACH y complementada con la indagación de diez IES, acerca de la utilidad de los informes finales de Servicio Social de los estudiantes, se encontró lo siguiente: dos tercios de las unidades académicas de la UACH (diez facultades) solicitan el informe final de Servicio Social impreso, un tercio (cinco facultades) lo requieren en formato digital y además impreso; en todos los casos la utilidad que proporciona dicho documento es sólo informativa para trámite de la liberación del Servicio Social de los estudiantes. El destino final de los informes para diez facultades va a 'archivo muerto', y en las otras cinco facultades son devueltos a los interesados o se destruyen. No existe difusión hacia el exterior acerca de lo realizado en esta práctica académica; tampoco se difunden en medios de comunicación, convencionales o electrónicos, los alcances o efectos de esta actividad de los estudiantes.

Con respecto a los resultados encontrados en la indagación con las diez IES entrevistadas, se encontró que todas solicitan un informe de Servicio Social escrito, cuatro instituciones lo requieren impreso en papel; tres universidades lo solicitan en formato

digital; tres lo reciben en ambos formatos, tanto impreso como digital, ninguna de ellas utiliza el informe en la modalidad de video, y el destino de los informes es semejante al descrito para la UACH. En general se muestra una gran debilidad en la difusión de los productos y experiencias del Servicio Social, sin embargo puede convertirse en una oportunidad para plantear estrategias que permitan motivar e incentivar a los universitarios en la participación de las actividades de un extensionismo comprometido.

Con base en los datos encontrados en el diagnóstico, para el segundo momento se diseñó y presentó la propuesta: *Comunic@ tu servicio*, misma que se orientó a movilizar energías, recursos, voluntades y crear estrategias que ponderen la riqueza de los estudiantes universitarios en el desempeño, la reflexión, sus aportaciones y logros con la participación en comunidad. Esta propuesta educativa encaminó a los prestadores de Servicio Social a la recolección de datos, imágenes, narrativas y cualquier material testimonial contenido en un portafolios digital individual, obteniendo un resultado de 75 portafolios. Con este material se integraron equipos de dos o tres personas para llevar a cabo la edición del video. En este espacio formativo se permitió documentar, informar, sensibilizar y difundir la práctica del servicio social en la misma voz de los universitarios, atributos todos de la competencia comunicativa.

En el tercer momento de intervención se desarrollaron las etapas de preproducción y posproducción del video, donde se obtuvieron los productos que fueron analizados a través de la revisión de cada uno de los 38 videos recabados; en una matriz se plasmaron los rasgos y características contenidos en ellos, de acuerdo con dos grandes categorías predefinidas: aplicación de conocimientos y habilidades para la edición de materiales audiovisuales, y fomento de valores. Se analizaron los significados que tiene para los prestadores de Servicio Social la elaboración de materiales audiovisuales y las experiencias que se narran como testimonio de su



desempeño, de acuerdo con los siguientes atributos de la competencia comunicativa:

- Manejo y utilización de lenguajes (ML), expresados en la elaboración de un guión que incluyó texto discursivo y lenguaje técnico para efectos de edición.
- Manejo de información testimonial (MI), información gráfica e imágenes y aquella recuperada de la red de Internet, para su inclusión en el documento audiovisual.
- Técnicas de información y documentación (TIC): diversos tipos de software para edición y elaboración del documento, audio en podcast, musicalización, efectos especiales, etcétera.
- Manejo de medios (MM): capacidad para generar mensajes según distintos tipos de formato y estructura del documento e identificación de circuitos para su colocación y consulta pública.
- Ámbito ético-emocional (EE): se valoraron distintos grados de creatividad, desde una elaboración llana y simple hasta los productos muy elaborados, con un alto nivel de creatividad que se entiende como el desempeño óptimo de la competencia comunicativa. Queda, sin embargo, por explorar a profundidad los elementos emotivos y axiológicos generados por la experiencia en los estudiantes.

De acuerdo con el formato guía para la elaboración del video se establecieron los indicadores de la competencia comunicativa y el nivel alcanzado por los 38 materiales audiovisuales realizados en trabajo colaborativo por los estudiantes, se estimó con base en una escala tipo Likert, según se muestra en la tabla III. Los atributos con valores más altos, derivados de la revisión de videos, son los que corresponden al uso y manejo de la tecnología y medios así como la incorporación de elementos emotivos en el mensaje; los valores más bajos son los relacionados con el manejo de lenguaje y de información. Este

último dato lo confirman los estudiantes en las respuestas del cuestionario que les fue aplicado, donde expresan que dentro de las dificultades para elaborar el video están las relacionadas con la compilación y selección de imágenes. Esto nos lleva a pensar en la organización que deben adquirir los estudiantes para captar, guardar, catalogar los contenidos y posteriormente hacer uso de ellos.

En relación con el cuestionario aplicado a los estudiantes participantes acerca de la experiencia en la elaboración del video, se encontró que el 65% de ellos expresaron estar totalmente de acuerdo en que la elaboración de materiales audiovisuales es un recurso que contribuye a analizar el resultado de su Servicio Social; mientras que el 35% manifestó estar de acuerdo. En ningún caso los estudiantes expresaron su desacuerdo.

Al preguntar a los estudiantes sobre si contaban con los conocimientos y habilidades necesarias para la elaboración del video, el 24% expresó estar totalmente de acuerdo en tenerlos, el 56% manifestó estar de acuerdo; el 19% opinó que no contaba con los conocimientos y habilidades mínimas necesarias para realizarlo; sin embargo, los estudiantes se dieron a la tarea de consultar, además de que el trabajo colaborativo les permitió desarrollar atributos como el manejo de software para la edición, clasificación y catalogación de imágenes, manejo de información testimonial y aplicación del lenguaje discursivo para la estructuración del guión, elementos indispensables para la construcción del mensaje a comunicar. Finalmente alcanzaron los productos solicitados.

De igual forma se pidió a los estudiantes que jerarquizaran el aspecto más importante que fomentó la elaboración de materiales audiovisuales y su comentario acerca de la experiencia en realizarlo. El resultado, que se describe en la tabla IV, muestra que la expresión comunicativa, la difusión de actividades y la transmisión de mensajes motivacionales hacia otros estudiantes candidatos a prestar el Servicio Social universitario fueron los cuatro primeros

Tabla III. Atributos de la competencia comunicativa y el nivel alcanzado por los productos de acuerdo con el desempeño de los estudiantes

Atributo	Acciones/ desempeños	Número de videos por nivel alcanzado			
		Exc.	Bueno	Reg	Malo
ML	- Elaboración y estructura de guión - Narración - Lenguaje técnico para la edición	6	23	6	3
MI	- Captura y selección de imágenes, testimonios	8	24	4	2
MTIC	- Utilización de software para la producción del video - Producción de efectos especiales	9	25	3	1
MM	- Edición en formato digital - Colocación del video en medios de difusión	10	24	2	2
EE	- Expresión de elementos motivacionales en el mensaje	9	26	2	1

Fuente: elaboración propia.

aspectos más mencionados. De acuerdo con una categorización de respuestas, los comentarios vertidos fueron que la realización del video les permitió volver a recordar la experiencia y una reflexión de la experiencia de aprendizaje en el Servicio Social; expresarla de una manera práctica, innovadora y creativa, impulsando la perspectiva ecológica que sustenta esta casa de estudios. La alternativa de video mostró resultados más eficientes del informe de Servicio Social, fomentó el trabajo colaborativo entre los estudiantes y promovió procesos de aprendizaje en la utilización de innovaciones tecnológicas, ya que los estudiantes que no contaban con los conocimientos suficientes para elaborar el material audiovisual, consultaron e investigaron para lograr los productos. Ello condujo a la adquisición de

nuevas herramientas y otros aprendizajes en materia de competencia comunicativa. Sin lugar a dudas, la implementación de esta propuesta educativa contribuyó desde un enfoque formativo.

Los productos audiovisuales resultantes tienen como utilidad inmediata, para la institución, la presentación de los contenidos en los cursos de inducción y sensibilización al Servicio Social de futuros estudiantes para motivarlos en esta práctica universitaria.

Después de valorar los materiales audiovisuales, se colocaron en un repositorio institucional web universitario, en un archivo multimedia para su consulta pública (diex.uach.mx), lo cual permite el libre acceso a aquellos sectores de la comunidad interesados en los resultados y efectos de esta actividad de extensionismo universitario.



Tabla IV. Aspecto más importante que fomenta la elaboración del video según la opinión de los estudiantes y comentarios acerca de la experiencia de realizarlo

Porcentaje de estudiantes	Aspecto más importante jerarquizado	Comentarios El video permitió:
22%	Expresión comunicativa	Recordar y revivir la experiencia
22%	Difusión	Demostrar la experiencia del servicio social con evidencia
20%	Elementos motivacionales	Trabajo colaborativo divertido
10%	Evidencia del servicio social	Expresión y comunicación
9%	Innovación en los procesos	Innovación y creatividad
8%	Ecológico	Práctico y de fácil revisión, ecológico y económico
6%	Didáctico	Aprendizaje en medios audiovisuales
3%	Socioculturales	Reflexión personal de la experiencia en el servicio social

Fuente: elaboración propia.

Discusión y conclusión

El análisis de los datos recabados durante esta experiencia académica proporciona pautas firmes para sostener que el informe final de Servicio Social en la modalidad de video contribuye a la sensibilización de los estudiantes que se encuentran realizándolo, ya que las actividades organizadas en el programa y los procedimientos y estrategias para recoger datos e información variada en el ejercicio de este compromiso hacia la comunidad, se llevan a cabo de modo sistemático y con responsabilidad. Durante la fase de captación de imágenes que documenten su desempeño, los estudiantes asumen un papel reflexivo haciendo un análisis de sus aportaciones a la comunidad y a ellos mismos. Este nuevo aprendizaje requiere ser compartido, expresado y transmitido a otros. Para lograrlo se hace indispensable la utilización de

distintos medios, recursos, herramientas, habilidades, conocimientos, que están contenidos en el desarrollo de la competencia comunicativa y mediática con la estructuración y edición del video.

Se comprueba que la percepción acerca del Servicio Social de los estudiantes universitarios cobra un nuevo sentido al poner en práctica la competencia comunicativa en esta modalidad de informe en formato audiovisual, con todos los aspectos y en los distintos ámbitos y atributos que comprende, pasando por distintas fases, desde generar una estructura narrativa, a través de la elaboración del guión, hasta el análisis de los contenidos para la selección de los materiales y recursos en la edición del video. La valoración de los productos obtenidos, así como la manifestación de los estudiantes acerca de la experiencia en elaborarlo, coincide con la aseveración

de que la elaboración de materiales audiovisuales es un medio de expresión de ideas y emociones, donde se incita al estudiante a convertirse de receptor a emisor y crear su entorno para aprender (Méndez, 2011). Existe concordancia al expresar que la educación para los medios, entre otras muchas cosas, pretende enseñar al estudiante a crear y generar sus propios mensajes a través de los recursos mediáticos (Area y Pessoa, 2012).

Los estudiantes reflexionaron acerca de las necesidades sociales y con sus aportaciones en el servicio social se fomentó el sentido de responsabilidad social universitaria, es decir, como bien lo sustentan Limones *et al.* (2008), que al aplicar los conocimientos, éstos cobran sentido y significado a través del proceso de reflexión, relacionándolos con su entorno social. La implementación de *Comunic@ tu servicio*, según lo manifiestan los estudiantes participantes, y de acuerdo con los datos alcanzados, se convirtió en un espacio educativo de expresión en el que se puso en juego la competencia comunicativa, ya que al interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales, se tiende a expresar con una mínima corrección en el ámbito comunicativo (Ferrés, 2007). Los resultados alcanzados lograron potenciar la formación de los jóvenes de una manera creativa e innovadora, en una perspectiva de contribución al desarrollo de otras competencias en el ámbito humanista, donde el estudiante asumió un papel protagónico en la producción de mensaje propio, con visión crítica, consciente de la realidad social,

con un alto nivel de compromiso, para incidir de manera científica y profesional en la compleja dinámica sociocultural. Coincidimos que es necesario que: “la educación para los medios promueva la creatividad y contribuya al pensamiento crítico, asumida desde un nuevo humanismo con los mejores valores de las sociedades” (Aguaded, 2004: 190).

Finalmente consideramos que esta experiencia incitó a un cambio en la forma percibir el Servicio Social en los jóvenes estudiantes, su postura la expresan como gratificante y formadora, la primera porque coadyuva a la construcción social con sus aportaciones y la segunda porque transforma sus vidas y contribuye a formarlos con conciencia y responsabilidad social. Esta nueva manera de concebir este espacio formativo tiene que ver con factores psicoeducativos, como son los motivacionales, relacionales y afectivos que influyen para que el aprendizaje sea significativo (Covarrubias, 2007).

De forma adicional, queda un legado que puede ser consultado por actuales y futuros prestadores de servicio social, por la institución y otras instituciones universitarias para dar seguimiento y valorar su contribución social, y a la comunidad, para tener acceso a la evidencia testimonial de la aportación de los jóvenes universitarios, durante su última etapa de formación académica.

Por último, concluimos que es necesario continuar promoviendo iniciativas que fortalezcan la competencia comunicativa en ambientes educativos para formar personas en y para la era digital. ■



Referencias

- Aguaded, José Ignacio (2004), "Hacia un *currículum* de edu-comunicación", en *Comunicar. Revista científica de comunicación y educación*, núm. 22, pp. 7-8, <<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=22&articulo=22-2004-01>> [Consulta: mayo de 2012].
- Area, Manuel y Teresa Pessoa (2012), "De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0", en *Comunicar. Revista científica de comunicación y educación*, núm. 38, vol. XIX, pp. 13-20, <<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-03>> [Consulta: 16 marzo 2014].
- Ballesta, Javier (2011), "Los medios en la enseñanza", en *Medios, recursos didácticos y tecnología educativa*, Madrid, UNED-PEARSON, pp. 63-82.
- Baquero, Ricardo (2002), "Del experimento escolar a la experiencia educativa. La transmisión educativa desde una perspectiva psicológica situacional", en *Perfiles Educativos*, núm. 24, pp. 57-75, <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13209805>> [Consulta: mayo 2012].
- Cortés, Jorge, Rigoberto Marín e Isabel Guzmán (2013), "Ámbitos y alcances de la competencia comunicativa en educación", en *European Scientific Journal*, vol. 9, núm. 34, pp. 282-304.
- Cortés, Jorge (2012), "La competencia comunicativa en la formación universitaria", en L. C. Marta *et al.*, *Competencias interdisciplinarias para la comunicación y la información en la sociedad digital*, Madrid, Icono 14, pp. 47-67.
- Cortés, Jorge (2003), "La educación para los medios en la oferta educativa profesional en el norte de México", en *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, núm. 9-10, pp. 1-17, <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos09.htm> > [Consulta: abril de 2012].
- Covarrubias, Patricia y Claudia Martínez (2007), "Representaciones de estudiantes universitarios sobre el aprendizaje significativo y las condiciones que lo favorecen", *Perfiles educativos*, XXIX, núm. 115, pp. 49-71, <<http://www.redalyc.org/pdf/132/13211504.pdf>> [Consulta: marzo 2012].
- Elliot, John (1991), "Estudio del currículum escolar a través de la investigación interna", en *Revista interuniversitaria de formación del profesorado*, vol. 10, pp. 45-68, <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=117730>> [Consulta: noviembre de 2013].
- Ferres, Joan (2007), "La competencia en comunicación audiovisual", en *Revista Comunicar*, núm. 29, pp. 1-8, <<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=29&articulo=29-2007-17>> [Consulta: marzo de 2011].
- Gabelas, José-Antonio, Carmen Marta-Lazo y Elisa Hergueta-Covacho (2012), "Comunicación, ubicuidad y aprendizajes", en *Actas del VI Congreso Internacional Latino de Comunicación Social*, Tenerife, U. de la Laguna.
- Galán, Elena (2010), "Jóvenes y ficción televisiva y nuevas tecnologías", en *Revistas científicas computenses*, núm. 25, pp. 1-17, <<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1010130003A/4082>> [Consulta: septiembre de 2012].
- García-Ruiz, Rosa, Antonia Ramírez-García y María Rodríguez-Rosel (2014), "Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora", en *Revista Comunicar*, vol. XXII, núm. 43, pp. 15-23.
- Jiménez, Mónica (2006), "La instalación institucional de la responsabilidad social universitaria", en *Responsabilidad social universitaria: una manera de ser universidad*, Santiago de Chile, Universidad Construye País, pp. 103-133.
- Limonez, Mayela, Alejandra Olivera, Ricardo Muñoz, María-Luisa Vera, Yolanda Rodríguez y Jorge Morán (2008), *De la palabra a la acción*, Saltillo, Coahuila, Universidad Autónoma de Coahuila.
- Méndez, Elba (2011), "Alfabetización audiovisual para la formación educativa", en XI I Congreso Nacional de Investigación Educativa, Ponencias, COMIE, 1-10, <http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v111/docs/area_07/2359.pdf> [Consulta: mayo de 2014].
- Pérez-Rodríguez, María-Amor y Paloma Contreras (2014), La competencia mediática en educación primaria y secundaria en España, en *Agentes e voces: un*

panorama da mídia-educacao no Brasil, Portugal e Espanha,
Lisboa, Eleá , pp. 229 -234.

Rodríguez, Gregorio (1996), *Metodología de la investigación cualitativa*, Málaga, Aljibe.

Rougiers, Xavier (2007), *Pedagogía de la integración. Competencias e integración de los conocimientos en la enseñanza*, San José de Costa Rica, AECI.

UNESCO (1998), *Declaración mundial sobre educación superior en el siglo XXI: visión y acción*, París, UNESCO

Universidad Autónoma de Chihuahua (UACH) (2009), *Reglamento General de Servicio Social*, Chihuahua, Universidad Autónoma de Chihuahua.

Villaseñor, Guillermo (2004), *La función social de la educación superior en México*, México, UAM.

Cómo citar este artículo:

Ávila-Meléndez, Lilia-Rosa y Jorge-Abelardo, Cortés-Montalvo (2016), "Comunic@ tu servicio social comunitario: una experiencia en la implementación de una propuesta educativa, en *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, México, UNAM-IISUE/Universia, vol. VII, núm. 20, pp. 60-77, <https://ries.universia.net/article/view/1138/comunic-tu-servicio-social-comunitario-experiencia-implementacion-propuesta-educativa> [consulta: fecha de última consulta].