



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES Y SU INFLUENCIA EN
EL DESARROLLO CULTURAL DE LOS HABITANTES DEL SECTOR DOS DE
MAYO, CANTÓN EL EMPALME PROVINCIA DEL GUAYAS.

AUTORA:

MARÍA LUISA DIAZ MENDOZA

TUTOR:

LCDO. FREDDY HOLGUÍN DÍAZ MSC.

QUEVEDO- LOS RÍOS – ECUADOR

2020



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



RESUMEN

Los medios de comunicación audiovisuales ha revolucionado el concepto de relación social clásica y la transformación de la sociedad; entendiéndose como conjuntos de individuos u organizaciones en tiempo libre, tratando de buscar intermediación en las relaciones profesionales, amistad, parentesco, etc., a cortando y ganando tiempo, sin importar el lugar ni la distancia, sin embargo, despiertan un debate en torno a la privacidad, los riesgos de las nuevas interrelaciones, la adicción a estar interconectados con cientos de amigos, el descenso de la productividad en el trabajo, peligro que acecha a los más vulnerables e inocentes, Los medios de comunicación audiovisuales constituyen una opción para comunicarse, entretenerse, realizar trabajos, tareas escolares entre otros beneficios que facilitan la vida de las familias ecuatorianas, las cuales se ha adaptado perfectamente a la tecnología moderna, hoy en día ya se puede escuchar la radio por un televisor, computadora de forma clara con un mayor alcance que años atrás, llegando a todos los rincones de las zonas urbanas y rurales. Actualmente el 80% de la programación que se presenta a través de los medios de comunicación audiovisual local es internacional o adquieren formatos internacionales para adaptarlos ofreciendo una programación lejana a la realidad actual que vive el país, imponiendo una nueva cultura que es adsorbida de forma rápida por la nueva generación que olvida el valor de nuestra cultura ancestral, valores éticos y morales y su importancia de preservación.

Palabras claves

- Medios de comunicación audiovisuales
- Influencia
- Desarrollo cultural



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA
EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL



SUMMARY

The audiovisual media has revolutionized the concept of classical social relationship and the transformation of society; being understood as sets of individuals or organizations in free time, trying to seek immediacy in professional relationships, friendship, kinship, etc., by cutting and gaining time, regardless of place or distance, however, arouse a debate about privacy, the risks of new interrelations, the addiction to being interconnected with hundreds of friends, the decline in productivity at work, a danger that lurks the most vulnerable and innocent, The audiovisual media are an option to communicate, entertain, perform jobs, choir tasks among other benefits that facilitate the life of Ecuadorian families, which has adapted perfectly to modern technology, nowadays you can already listen to the radio on a television, computer clearly with a greater reach than years ago, reaching all corners of urban and rural areas. Currently, 80% of the programming that is presented through the local audiovisual media is international or they acquire international formats to adapt them, offering a distant programming to the current reality that the country is experiencing, imposing a new culture that is quickly adsorbed for the new generation that forgets the value

Keywords

- Audiovisual media
- Influence
- Cultural development

Contenido

TEMA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.....	iv
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL.....	iv
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR DEL PROYECTO.	v
RESUMEN.....	i
SUMMARY.....	ii
RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICACIÓN DE PORCENTAJE DE SIMILITUD CON OTRAS FUENTES	iv
CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA	1
1.1.IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.2.MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1.Contexto Internacional	3
1.2.2.Contexto Nacional	4
1.2.4.Contexto Institucional.....	6
1.3.SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	6
1.4.2. Sub problemas o derivados.....	8
1.5.DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	8
1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN	9
1.7.1. Objetivo general	9
1.7.2. Objetivo específico	10
CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	11
2.1. MARCO CONCEPTUAL	11
Medios audiovisuales	11
Funciones de los Medios Audiovisuales	12
Las funciones de los medios audiovisuales, están las siguientes:	12
Elementos básicos de los medios audiovisuales.....	13
Medios audiovisuales y la tecnología de la información.....	14
El sector multimedia.....	15
Tendencias del sector multimedia	15
Audiovisual y multimedia: una sinergia necesaria	16
Comunicación audiovisual y multimedia	16

La elección de los medios audiovisuales	21
Importancia de la dimensión audiovisual	24
Desarrollo cultural	26
La importancia del desarrollo cultural	27
La evolución cultural	27
Importancia de trabajar en el desarrollo cultural de cada pueblo	28
Factores que refuerzan la identidad	29
Influencian al desarrollo cultural de los adolescentes	29
Paso para desarrollar la identidad cultural	31
Efectos negativos de la globalización en el desarrollo cultural	32
Medios de comunicación para el desarrollo cultural	33
La cultura como estrategia para el desarrollo	34
Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual.	35
Comunicación, cultura y desarrollo: emprendimiento	36
2.3 POSTURA TEÓRICA	42
2.4. HIPÓTESIS	44
2.4.1. Hipótesis general básica	44
2.4.2. Sub hipótesis o derivadas	44
CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	46
3.1. Resultados obtenidos de la investigación.	46
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.	46
3.1.2 Análisis e interpretación de datos	47
3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	60
3.2.1. Específicas.	60
3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	61
3.3.1 Especificas	61
3.2.2 General.....	61
CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN	62
4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS	62
4.1.1 Alternativa obtenida	62
4.1.2. Alcance de la alternativa.....	63
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa	63
4.1.3.1 Antecedentes.....	63
4.1.3.2 Justificación	65
4.2. OBJETIVOS.....	66

4.2.1 Objetivo general	66
4.2.2. Objetivos específicos.....	66
4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA.....	66
4.3.1. Título	66
4.3.2. Componentes	67
Ley orgánica de comunicación	67
Factibilidad de la propuesta.....	70
Impacto social.....	70
Análisis de los medios de comunicación en la cultura de los pueblos	71
Importancia de los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad actual.....	73
Factibilidad Financiera	73
Etapas de desarrollo de la propuesta.....	74
Especificaciones Técnicas	74
Operativa	74
Económica	74
Descripción de la propuesta.....	75
Etapas de la propuesta	77
Objetivo de la campaña	77
Público objetivo de la campaña	77
Análisis del público objetivo	77
Medios de comunicación que se van a utilizar para la campaña de la propuesta.....	78
Desarrollo de la campaña	82
Campaña publicitaria a través de un canal de youtube.....	85
Objetivos del periódico mural	90
4.4 Resultados esperados de la alternativa	91
Bibliografía.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.-Medios audiovisuales	48
Tabla 2.-Contenidos audiovisuales.....	49
Tabla 3.-Impacto de los medios audiovisuales	50
Tabla 4.- Influencia en el comportamiento.....	51
Tabla 5.- Conocimiento	52
Tabla 6.- Desarrollo cultural.....	53
Tabla 7.- Cultura ecuatoriana	54
Tabla 8.-Fuente de aprendizaje.....	55
Tabla 9.-Identidad cultural	56
Tabla 10.-Observación.....	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.- Medios audiovisuales.....	48
Figura 3.-Contenidos audiovisuales	49
Figura 4.-Impacto de los medios audiovisuales.....	50
Figura 5.- Influencia en el comportamiento	51
Figura 6.- Conocimiento.....	52
Figura 7.- Desarrollo cultural	53
Figura 8.- Cultura ecuatoriana	54
Figura 9.-Fuente de aprendizaje	55
Figura 10.-Identidad cultural	56
Figura 11.-Observación	57

INTRODUCCIÓN

En la época actual los medios de comunicación audiovisual juegan un rol fundamental en la vida de la sociedad en general, no escatiman edades, genero, condición social cada programa que es transmitido a través de este medio tiene un objetivo concreto, influir de alguna manera en la psiquis humana, alterar sus emociones, motivarlos dependiendo lo que se observa a través de los medios audiovisuales.

Muchos de estos medios de comunicación audiovisuales se han visto en la palestra de la crítica pública, al difundir programas que no son catalogados como videos adecuados para ser visto por menores, en su afán de vender tener más público, no miden consecuencias y exponen a programas dañinos para la salud mental de un menor.

La finalidad de los medios de comunicación audiovisuales es educar y entretener al público en general en los últimos tiempos este propósito ha sido desviado ya que se muestran como excelentes opciones de diversión influyendo en nuestro comportamiento a través de mensajes subliminares que no tienen nada que ver con los buenos valores aceptados en la sociedad. La importancia que tienen estos medios en la juventud actual es formidable se puede apreciar a jóvenes como pasan horas de su día conectados a los diferentes dispositivos idealizando un mundo abstracto vacío creados por ellos mismo.

La influencia que tienen los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo cultura se ve reflejado en la conducta de las personas al cambiar su estilo de vida, forma de hablar, vestirse incluso en su alimentación lo que incide que se vayan perdiendo la identidad cultural por la cual no caracterizamos y por la que somos reconocidos en cualquier parte del mundo.

Capítulo I: Presenta el tema de investigación con el cual se procederá a conocer su contexto internacional, nacional, local e institucional para proceder a realizar el planteamiento del problema y plantear los objetivos específicos y general de lo que se desea lograr con la investigación.

Capítulo II: Está desarrollado en base a las variables con los conceptos y definiciones de autores que tienen relación al tema de investigación, incluye el marco referencial postura teórica e hipótesis de la investigación que confirma la viabilidad de proyecto.

Capítulo III: Explica las técnicas y métodos aplicados entrevistas encuestas observación de cómo los medios de comunicación audiovisual influyen en el desarrollo cultural de las personas.

Capítulo IV: Se plantea la propuesta como solución al problema de investigación con objetivos, justificación, alternativa obtenida, y resultados que se esperan sean positivos.

CAPÍTULO I.- DEL PROBLEMA

1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN

Medios de comunicación audiovisuales y su influencia en el desarrollo cultural de los habitantes del sector dos de mayo, cantón El Empalme provincia del Guayas.

1.2. MARCO CONTEXTUAL

1.2.1. Contexto Internacional

Cuando se aborda el estudio de la imagen audiovisual, partimos de la base de que esta tiene unos antecedentes no solo culturales sino también tecnológicos. En referencia a estos últimos sabemos que según su soporte se encuentran, desde el siglo XIX, en dos bloques para su evolución, el fotográfico y el electrónico; además ambos están sometidos a dos movimientos, uno diacrónico y otro sincrónico, que originan una progresiva interdependencia y fusión de todos los medios y a todos los niveles, técnico, estético y de contenidos. Sobre que estos dos soportes verticales evolucionaron las tecnologías y los medios audiovisuales hasta la actualidad, el fenómeno que pasó a denominarse la “Teoría en V” ha ido evolucionando y se la define como “Pirámide de Tecnologías y Medios Audiovisuales.

Las nuevas tecnologías de información y la comunicación, el internet y la plataforma web con todas sus aplicaciones representa un medio relativamente joven comparado con la radio y la TV. Por supuesto, sus usos y potencialidades están en constante evolución, en poco tiempo pasamos de una web estática, en la que el usuario tenía un papel pasivo, de observador, a una web dinámica, participativa y colaborativa, donde los usuarios se convierten en protagonistas activos, creando y compartiendo contenidos, opinando, participando y relacionándose entre sí.

La sociedad, los chicos y jóvenes estudiantes de hoy, representan a las primeras generaciones, que han crecido en una sociedad digital. Han pasado su vida usando PC, notebooks, video juegos, cámaras de video, y todas las herramientas de la era digital. Las

producciones audiovisuales realizadas con celulares, con cámaras web y con cámaras digitales o profesionales, son proyectos que atraen la atención de muchos. En el país existen varias iniciativas y propuestas en marcha que promueven la producción audiovisual como es el caso de filmarte, que es una empresa de producción de cine. No cabe duda que a través del tiempo con el desarrollo tecnológico y el despunte de la ciencia, las facilidades que estas brindan se reflejan en el día a día de las sociedades modernas. El cambio de épocas marcadas por el fenómeno evolutivo asumido por el tiempo, han establecido la postmodernidad con las concepciones de un mundo placentero, en donde la técnica acompaña a la estética y los contenidos dentro de un contexto actual, (Amangandi, 2015).

1.2.2. Contexto Nacional

Los medios de comunicación audiovisuales ha revolucionado el concepto de relación social clásica y la transformación de la sociedad; entendiéndose como conjuntos de individuos u organizaciones en tiempo libre, tratando de buscar intermediación en las relaciones profesionales, amistad, parentesco, etc., a cortando y ganando tiempo, sin importar el lugar ni la distancia, sin embargo, despiertan un debate en torno a la privacidad, los riesgos de las nuevas interrelaciones, la adicción a estar interconectados con cientos de amigos, el descenso de la productividad en el trabajo, peligro que acecha a los más vulnerables e inocentes en este caso la comunidad escolástica, persuasión en el cambio y forma de vida de la sociedad, etc. Es por ello que la intención es hacer un profundo análisis del funcionamiento de los medios de comunicación, a través de su definición, tipología, uso e influencia para concluir defendiendo si es una amenaza o una oportunidad para la sociedad.

El Ecuador es un país pluricultural y multiétnico por lo que cada pueblo se identifica por sus rasgos culturales, desde hace cientos de años atrás ha venido manteniendo sus costumbre y tradiciones que se ven reflejados en los saberes ancestrales (idioma, vestimenta, costumbres, alimentación y salud), de las diferentes comunidades que conforman los pueblo, y se puede observar en la población más anciana, que con el transcurrir del tiempo todos estos saberes han ido perdiendo, especialmente con los jóvenes, quienes en la actualidad utilizan diferente vestimenta o con ciertas modificaciones, perdiendo así su desarrollo cultural.

La adolescencia y la juventud es una etapa de descubrimiento, en donde se descubre la identidad acorde a vivencias enmarcadas en un contexto. Este contexto se da en dos esferas: virtual y real. Si la identificación y diferenciación configuran esta identidad, los medios de comunicación audiovisual juega un rol predominante, ya que las imágenes que se ven en, pueden convertirse en modelos de referencia. Es decir, los chicos quieren ser o parecerse a los modelos occidentales que se ven en la web, olvidando así el modelo de referencia andino. A la vez, sus publicaciones y perfiles visualizan una modificación en la identidad cultural, ocasionada por factores de la realidad física, (Quille & Naranjo, 2019).

2.3. Contexto Local

La presente investigación se desarrollará en el sector dos de mayo, cantón El Empalme provincia del Guayas, donde se conocerá el impacto que tienen los medios audiovisuales en el desarrollo cultural de sus habitantes.

La población total del Empalme 85.000 habitantes la cual se encuentra dividida en parroquias urbanas y rurales, que incluyen el sector dos de mayo, que es el sitio exacto donde se desarrollara la investigación su urbe está conformada por 3.000 personas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el cantón El Empalme se constituye como un próspero cantón de la costa ecuatoriana, con un alto nivel de desarrollo económico, donde la tecnología y los medios de comunicación juegan un papel importante para las diferentes actividades que se efectúan a diariamente.

Actualmente los medios audiovisuales forman parte de la rutina de entretenimiento para muchas de las personas que habitan en el cantón convirtiéndose para unos en tendencia y moda de pasar largas horas del día conectados a los diferentes equipos electrónicos lo que genera cierto malestar y generando un descontento social porque tienen influencia en el rendimiento en su vida académica, laboral o en otras áreas de su entorno.

La influencia que tienen los medios de comunicación audiovisuales se ha reflejados sobre todo en los jóvenes quienes muestran un comportamiento contradictorio a su cultura como vestirse diferente, adoptar una nueva manera de hablar utilizando frases o palabras coloquiales de otros países, también influye su conducta con su círculo familiar de amigos,

manera de vestir perdiendo su identidad cultural por la cual no caracterizamos todos los ecuatorianos.

1.2.4. Contexto Institucional

Los medios de comunicación audiovisuales constituyen una opción para comunicarse, entretenerse, realizar trabajos, tareas escolares entre otros beneficios que facilitan la vida de las familias ecuatorianas, las cuales se ha adaptado perfectamente a la tecnología moderna, hoy en día ya se puede escuchar la radio por un televisor, computadora de forma clara con un mayor alcance que años atrás, llegando a todos los rincones de las zonas urbanas y rurales.

Actualmente, El Empalme cuenta con medios de comunicación audiovisuales propios del cantón que tienen una buena aceptación en sus parroquias entre los cuales se puede mencionar: Radio Calidad 92.3 F.M, Radio onda Teca, 89.5 Fm estación y en medios de señal abierta televisivos Calidad TV canal 43; la programación que se transmite diariamente se basa en programas de entretenimiento, de fútbol, novelas, farándula, noticias de crónica roja, programación musical, con un contenido variado, pero donde sobresale la programación internacional y el escaso apoyo a programas nacionales.

1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Por muchos años los medios de comunicación audiovisuales se han constituido y posesionados como líderes únicos de entretenimiento de las familias ecuatorianas, los medios de comunicación tradicionales como la televisión, el cine y con la nueva era el internet, videojuegos se han acoplado a la perfección cumpliendo la demanda de un nuevo público más exigente, que busca otro tipo de entretenimiento más complejo saliéndose de lo tradicional y el confort que encierran los noticieros, deportes, películas y las populares telenovelas.

Los medios de comunicación audiovisuales actualmente se enfrentan a nuevos desafíos y retos la competencia es cada vez más difícil por tener un mayor rating en la

televisión, o más seguidores en las diferentes opciones que ofrecen el internet a través de las redes sociales volviéndose una lucha feroz por el público espectador.

Esta lucha que se ha desarrollado en los medios audiovisuales por el objetivo que es un mayor público se ha visto cuestionada por el contenido audiovisual que es expuesto donde muchos medios incluida la televisión nacional no tienen reparo alguno de mostrar un contenido audiovisual que toca temas bizarros como la violencia, el sexo; totalmente sacados de contextos con programas o reality shows que no tienen ningún mensaje positivo para la sociedad en general, por lo contrario raya en lo absurdo pues este tipo de programación es presentada en horas de clasificación familiar o con un libre acceso a través del internet.

Actualmente el 80% de la programación que se presenta a través de los medios de comunicación audiovisual local es internacional o adquieren formatos internacionales para adaptarlos ofreciendo una programación lejana a la realidad actual que vive el país, imponiendo una nueva cultura que es adsorbida de forma rápida por la nueva generación que olvida el valor de nuestra cultura ancestral, valores éticos y morales y su importancia de preservación.

Es así que los habitantes del sector dos de mayo están incluidos en esta realidad en muchos de ellos sobre todo en los jóvenes no es raro escuchar palabras coloquiales muy ajenas a nuestra cultura, constantemente están siguiendo a personajes que observan en la televisión a los influencers de las redes sociales, cambiando su forma de vestir, sus modales adaptando nuevos patrones de comportamiento que no son muy loables y muchos son cuestionables, gran parte de este cambio es influenciado por los medios y sus propuestas que no tienen nada que ver con la valoración y preservación de nuestra cultura convirtiéndolo en un problema social que va en aumento y que es muy difícil de arraigar.

1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1. Problema general

- ¿De qué manera los medios de comunicación audiovisuales influyen en el desarrollo cultural de los habitantes del Sector Dos de Mayo, cantón El Empalme Provincia Del Guayas?

1.4.2. Sub problemas o derivados

- ¿Cómo analizar los contenidos audiovisuales de los medios de comunicación?
- ¿De qué manera diagnosticar la incidencia de la parrilla de contenidos audiovisuales en el desarrollo cultural de los habitantes del sector dos de mayo?
- ¿Cómo desarrollar una campaña que concientice el buen uso medios de comunicación audiovisual contribuyendo a la conservación del desarrollo cultural?

1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Área: Comunicación social

Campo: Medios de comunicación audiovisuales.

Línea de investigación de la universidad: Educación y desarrollo social.

Línea de investigación de la Facultad: Talento humano educación y docencia.

Línea de investigación de la carrera: Lenguaje y comunicación y estilo periodístico. Periodismo investigativo sustentable aplicado a nuevas tecnologías.

Sub-Línea de investigación: Impacto de la comunicación en masas. Comunicación digital.

Delimitador temporal: El proyecto investigativo transcurre en el año 2019.

Delimitador demográfico: La presente investigación determinará la influencia que tienen los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo cultural de los habitantes del Sector Dos de Mayo.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La importancia que tienen los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad en general, como medios de comunicación tienen la responsabilidad de ser conscientes y consecuentes que los contenidos audiovisuales que presentan, y que tenga un mensaje positivo agradable a la sociedad resaltando los valores, la familia y nuestra identidad cultural.

Gran parte de los contenidos audiovisuales que son presentados por los medios de comunicación han sido cuestionados debido a que tocan temas fuertes a los cuales no se les da la importancia y el tratamiento adecuado.

El contenido audiovisual lleno de programas que incitan a la violencia, fomentan el uso de sustancias psicoactivas a través de personajes vacíos carentes de valores y que son presentados como ejemplos a seguir para los jóvenes, ganándose el seudónimo de telebasura por su contenido de información, atrás quedo la programación familiar con valores que incluía espacios culturales la cual ha sido remplazada por el sensacionalismo y amarillismos que arroja muy buenos resultados en cuento a audiencia.

1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1. Objetivo general

- Investigar la influencia de los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo cultural de los habitantes del Sector dos de mayo, cantón El Empalme, provincia del Guayas.

1.7.2. Objetivo específico

- Analizar los contenidos audiovisuales de los medios de comunicación.
- Diagnosticar como incide la parrilla de contenidos audiovisuales en el desarrollo cultural de los habitantes del sector dos de mayo.
- Desarrollar una campaña que concientice el buen uso medios de comunicación audiovisual contribuyendo a la conservación del desarrollo cultural.

CAPITULO II.- MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

2.1. MARCO CONCEPTUAL

Medios audiovisuales

Los Medios Audiovisuales son unos de los medios más importantes dentro del ámbito educativo, tratándolo tanto desde el punto de vista de la enseñanza como el aprendizaje. De esta manera podemos desarrollar la formación del profesorado y realizar actividades de promoción social. Estos medios nos sirven para potenciar los procesos comunicativos. Son los maestros los que principalmente desean la utilización de materiales audiovisuales dentro de la educación, puesto que los consideran punto fundamental dentro de la misma

Los medios audiovisuales se han considerado desde hace tiempo como un importante Recurso Educativo, ya que la mayor parte de la información que reciben las personas se realiza a través del sentido de la vista y el oído. La principal razón para la utilización de imágenes o videos en los procesos educativos es que resultan motivadoras, sensibilizan y estimulan el interés de los estudiantes hacia un tema determinado, de modo que facilitan la instrucción completando las explicaciones verbales impartidas por el profesorado

los Medios audiovisuales son un elemento fundamental e imprescindible para desarrollar la tarea con efectividad y lograr un aprendizaje productivo en el desarrollo social

Lamentablemente no son muchos los medios utilizados todavía dentro de la educación. Podríamos hablar de los más comunes: televisión, videos, etc. Pero son bastantes lo que todavía no son utilizados, por desconocimiento o por no contar con la posibilidad de tenerlos. Se podría hablar aquí de problemas económicos. Probablemente no se invierta el dinero necesario para la obtención de estos medios audiovisuales, por considerarlos, por así decirlos innecesarios. Esto puede ser debido al gran desconocimiento de estos medios tan avanzados, (Contreras & Salas, 2015).

Funciones de los Medios Audiovisuales

Las funciones de los medios audiovisuales, están las siguientes:

Como fuente de conocimiento, tanto para motivar un contenido, ofreciendo una visión general de la temática como para desarrollar un contenido a partir de que el material brinde una información que sirva de soporte fundamental para objetividad procesos, situaciones, fenómenos, etc. Y evidenciar sus manifestaciones.

Como forma de perfeccionamiento de la actividad perceptiva del alumno (aplicación y consolidación de conocimientos). Para esta función el material audiovisual elegido debe mostrar aplicaciones de los conocimientos adquiridos en situaciones no abordadas en la clase de manera que puedan hacerse valoraciones y arribar a conclusiones en la actividad docente.

Como medio de control del conocimiento adquirido. Desde esta perspectiva el material audiovisual se utiliza para medir los conocimientos a partir del enjuiciamiento y explicaciones de las situaciones que se plantean. Podemos decir que con cada una de estas funciones el uso del video en la docencia facilita que en el estudiante se desarrolle la observación, la formación de juicios propios, se amplía su marco de referencia y contribuyen a la formación de valores humanos, formales, sociales, ambientales y culturales que inducen a comportamientos y actitudes correctas. Por otro lado, es importante referirse brevemente a la forma en que los materiales audiovisuales inciden en el proceso docente educativo. En este sentido los especialistas destacan las siguientes

Activación del proceso de aprendizaje. La utilización de materiales audiovisuales a través del vídeo posibilita que el profesor desarrolle una actividad docente no tradicional, lo que además de disminuir la fatiga y el cansancio de los estudiantes, despiertan el interés, motivan la actividad del conocimiento y desarrollan la creatividad, lográndose una mayor retención en el aprendizaje. Por otra parte, propician la interrelación de 45 conceptos, la generalización de lo aprendido y facilitan el desarrollo del pensamiento.

Facilidad de la transmisión de información. Los medios audiovisuales tienen atributos que los hacen tremendamente efectivos a la hora de brindar información; A través de los mismos puede "alterarse el tiempo" trasladándonos a épocas pasadas y futuras gracias a su soporte tecnológico y posibilitan reducir el tiempo de sucesos que habitualmente demoran y extender el de aquellos que normalmente ocurren en pocos segundos; también, a través de estos recursos se puede "alterar el espacio", al situarnos en el escenario donde han ocurrido o están ocurriendo hechos importantes; también se varían las escalas en que se producen los hechos habituales, apareciendo en pantalla simultáneamente objetos grandes y pequeños lo que contribuye a enfatizar en aspectos relevantes y fomentar emociones en los estudiantes.

Por otra parte, el medio permite reconstruir con una alta fidelidad y objetividad épocas y escenarios históricos lo que unido a todos los elementos estéticos como la música, el vestuario, la escenografía, las actuaciones, testimonios, evidencias y efectos especiales. (Contreras & Salas, 2015).

Elementos básicos de los medios audiovisuales

Los elementos básicos de los medios audiovisuales son:

- ✓ Exactitud, o sea la representación fidedigna de los datos o de lo esencial de un hecho.
- ✓ Actualidad, la necesidad de que, de acuerdo con la índole del hecho, reflejen las características que les ofrece el presente.
- ✓ Imparcialidad, cuando se trate de hechos que tengan implicaciones políticas, sociales, económicas, filosóficas e históricas.
- ✓ Cualidad, si es que realmente favorecen la adquisición de conocimientos, actitudes y valores.
- ✓ Finalidad, si están de acuerdo con los objetivos del planeamiento de la enseñanza.
- ✓ Utilidad, si ofrecen posibilidades operacionales para los alumnos y el profesor.

- ✓ Adecuación, toda vez requiere estar al nivel de aprehensión de los alumnos, teniendo en vista los objetivos del trabajo que se lleva a cabo.
- ✓ Sencillez, cuando más complicados, son menos eficientes.
- ✓ Aplicabilidad, deben guardar relación con el tema dado.
- ✓ Interés, deben ser capaces de despertar el interés de los alumnos a los cuales están destinados.
- ✓ Comprensión, no debe dar margen a dudas y confusiones, deben ser
 - ✓ de fácil percepción.
 - ✓ Presentación, deben obedecer a los principios psicológicos de percepción y estética, de modo que faciliten la aprehensión por parte de los alumnos. (Castillo & Ramos).

Medios audiovisuales y la tecnología de la información

Información utiliza las computadoras, un componente indispensable en la sociedad moderna para procesar datos con ahorro de tiempo y esfuerzo.

Si nos ceñimos a la definición que de tecnología hacen Harvey Brooks y Daniel Bell: "el uso de un conocimiento científico para especificar modos de hacer cosas de un modo reproducible", podríamos decir que las Tecnologías de Información, más que herramientas generadoras de productos finales, son procesos científicos cuyo principal objetivo es la generación de conocimientos, que a la postre incidirán en los modos de vida de las sociedades, no sólo en un ámbito técnico o especializado, sino principalmente en la creación de nuevas formas de comunicación y convivencia global.

Se podría establecer un punto de semejanza entre la revolución de las Tecnologías de la Información y la Revolución Industrial, cuya principal diferencia reside en la materia prima de su maquinaria, es decir, pasamos de una eclosión social basada en los usos de la energía a una sociedad cuyo bien primordial ha pasado a ser el conocimiento y la información. Pueden ser incluidas en esta gran área de las ciencias, la microelectrónica, la

computación (hardware y software), las telecomunicaciones y (según opinión de algunos analistas) la ingeniería genética. Esta última, por decodificar, manipular y reprogramar la información genética de la materia viviente. Desde un punto de vista histórico, la revolución de las Tecnologías de la Información marca un momento crucial y decisivo en la sociedad mundial, pues ha penetrado en todas las áreas de vida humana, no como agente externo, sino como (muchas veces) motor que genera un flujo activo en las interrelaciones sociales, (Castillo & Ramos).

El sector multimedia

El Mercadeo Electrónico consiste en todas aquellas actividades de mercadeo que involucran el uso de Internet, E-Mail o Web, para transmitir un mensaje comercial a un grupo objetivo. El mercadeo electrónico no debe contemplarse como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades de mercadeo.

Tendencias del sector multimedia

Además del desarrollo de los servicios audiovisuales digitales y en alta definición, el futuro se percibe también unido al desarrollo de productos multimedia, interactivos, de entretenimiento, educativos, divulgativos, turísticos, etc., a la formación con tecnología e-learning, a la animación 2D y 3D, al desarrollo de los vídeo juegos, a las TICs, utilizando nuevos formatos como Internet, móvil y TV IP que vienen a unirse a la TDT, a la televisión por cable, por satélite, al cine, al DVD, etc.

Los nuevos desarrollos audiovisuales por internet marcan la actualidad del sector audiovisual y ello va a suponer:

- ✓ El aumento de productos y servicios a la carta y bajo demanda e interactivos.
- ✓ El aumento de plataformas audiovisuales de transmisión: redes terrestres, cable, satélite, televisión por Internet y televisión móvil.

En Internet, los modelos de negocio se dividen en tres fases: sitios web, el tráfico a los sitios y los métodos para monetizar. Cuando utilizamos métodos de generación de tráfico para canalizar los visitantes de nuestra página, apenas estamos a medio camino de monetizar nuestra web, (Ramirez, 2016).

Audiovisual y multimedia: una sinergia necesaria

En la actualidad, nos encontramos ante un nuevo paradigma mediático: industrias culturales que ofrecen nuevos productos, nuevos soportes y plataformas de distribución de contenidos, nuevos hábitos de consumo y la cada vez mayor intervención del usuario en la producción del contenido. Pero el espectador no solo produce, sino que también opina y; esta vez sí, su voz tiene que ser tenida muy en cuenta, pues un aluvión de malas críticas a través de las redes sociales puede suponer la cancelación de un programa de televisión.,

A diferencia de los medios tradicionales, donde la opinión del receptor de la información estaba encauzada a través de los canales propios del medio (cartas al director o llamadas telefónicas a un programa de radio), la nueva tecnología le otorga un rol activo al espectador, que interactúa y opina. Ya no es necesario siquiera publicar un comentario en el perfil oficial de un programa, sino que cualquiera puede convertirse en un líder de opinión desde su tribuna digital, (Martí, 2016).

Comunicación audiovisual y multimedia

En este escenario, las nuevas generaciones de estudiantes aprecian la industria audiovisual como un sector con futuro, aupado además por los medios de comunicación. Desde la prensa escrita y la edición de libros hasta el diseño gráfico y la publicación electrónica; desde la empresa discográfica y la radio hasta la postproducción sonora y los canales de audio digital, o desde el cine y la televisión hasta los multimedia y el Internet, las nuevas tecnologías del audiovisual se autopromocionan. Los diferentes medios de comunicación ofrecen una óptica positiva del panorama del audiovisual atrayendo a los jóvenes hacia este sector y provocando una demanda espectacular de la formación audiovisual.

Para cubrir estas expectativas, es lógico pensar en la necesidad de desarrollar una red formativa que atienda esta demanda, pero aquí comienza el problema. El impresionante incremento de la oferta pública y privada en el sector de la formación en nuevas tecnologías, desde cualquier rincón del país, no es fruto de la reflexión, o de la investigación y ni siquiera del debate con los principales actores implicados, sino de coyunturas económicas y políticas, (Vivar, 2017).

Si trazamos un orden jerárquico de la administración del Estado, veremos que desde los gobiernos tanto central como autonómicos, e incluso desde los ayuntamientos y las juntas de distrito se trata de aprovechar influencias, subvenciones y edificios disponibles para montarse su escuela sin que sus planes de estudios, y menos aún sus docentes, tengan una mínima planificación respecto a las necesidades de la industria en sus contenidos o en sus demandas geográficas. El resultado es una masificación de titulados con ninguna capacidad técnica y cero conocimientos sobre el proceso productivo del sector industrial, donde teóricamente tienen que integrarse una vez que finalizan sus estudios.

Por otra parte, los acuerdos entre fabricantes de equipos y desarrolladores de *software* con empresas proveedoras de servicios y escuelas privadas dan como resultado que el mercado disponga rápidamente de operadores de marcas concretas, especialistas con buenos conocimientos técnicos, pero nula sensibilidad creativa para obtener la máxima expresividad en sus producciones. Y todo ello en un sector donde su propia inercia implica cambios continuos y un rápido crecimiento.

La anarquía, resultante de una formación improvisada e incorrectamente enfocada, da como resultado una confusión total de la cual saca partido a corto plazo la industria, perjudicando claramente el desarrollo futuro. El desbarajuste entre funciones y relaciones de unas categorías laborales con otras nuevas, que aparecen, favorece la creación de subempleo y la temporalidad en la contratación de los trabajadores, (Vivar, 2017)

El sector industrial del audiovisual

La industria audiovisual ha estado formada tradicionalmente por equipos estables y generalmente estancos entre sí: la fotografía, la radio, el cine, la televisión y más tarde el vídeo son claros ejemplos. En la actualidad las fronteras entre estos sectores se han

difuminado con la incorporación de la informática y las telecomunicaciones dando lugar a los denominados productos multimedia, donde aparecen nuevas funciones y profesionales que intervienen en varios sectores simultáneamente. La innovación técnica lleva aparejada nuevas funciones y una reorientación de los requisitos profesionales para llevarlas a cabo y se difumina la especialización en aras de la polivalencia:

En la actualidad, la realidad de la producción audiovisual hace difícil describir los diferentes subsectores de ésta. Las nuevas empresas tienen un enorme dinamismo exigido por la necesidad de amortizar rápidamente las frecuentes actualizaciones de sus equipos

Al mismo tiempo, arriesga una definición de los principales perfiles ocupacionales de cada una de las fases presentes, ahora sí, en la producción multimedia y describe cada uno de los puestos de trabajo. A cada una de estas capacidades profesionales correspondería un grupo de tareas integradas dentro del proceso productivo de la obra audiovisual y por ende multimedia. Desde el punto de vista de la formación, este estudio podría ser un ejemplo del contexto apropiado para plantear programas formativos tendentes a la inserción de nuevos efectivos laborales adecuadamente preparados para hacer frente a los continuos cambios del sector, (Vivar, 2017).

Tipos de medios audiovisuales

Televisión: La televisión permite la transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas, y son captadas en los hogares por medio de un aparato receptor de televisión (televisor).

Los programas de televisión, grabados previamente o recogidos en directo, son transmitidos por un centro emisor mediante ondas hertzianas distribuidas por repetidores que cubren grandes territorios y son captadas por antenas acopladas a los aparatos televisores.

Diapositivas: Es una de las ayudas audiovisuales más utilizada por los maestros. Son simples fotografías, hechas sobre una fina lamina de vidrio y recubierta por los laterales por plástico. Para su utilización se necesita un proyector del cual sale una luz necesaria para

que la fotografía se vea sobre un panel blanco. Las diapositivas son colocadas en una "cajita" para seguir un orden. Para la utilización de una diapositiva debemos de estar seguros de si nos vale para lo que nosotros queremos enseñar. Necesitamos además una adecuada colocación de los alumnos para que vean bien. Una buena práctica para que los niños entendieran como es una diapositiva seria la realización de unas cuantas atendiendo a algún tema. Contaríamos con el papel y pinturas necesarias, luego el plástico que las recubre lo compraríamos.

Retroproyector: Permite al maestro el contacto visual con sus alumnos y el control de la clase durante la proyección. Este aparato tiene una fuente de luz debajo de la plataforma que la atraviesa para proyectar la imagen puesta sobre la pantalla. Las transparencias que se utilizan están hechas sobre papel de acetato. El escribir en ellas se puede hacer o bien a mano o bien haciendo una fotocopia sobre el propio papel. En este caso la práctica con los niños la haríamos haciéndoles escribir o dibujar a ellos algo sobre el papel de acetato y luego proyectarlo para que pueden observar los cambios y resultados obtenidos.

Radio: Podemos contar con la idea de que todos los niños conocen la radio. A todas les gusta manejarla alguna vez. El conocimiento de la radio es muy complejo. Y más todavía para niños tan pequeños que el que menos piensa que hay gente metida dentro que son los que se encargan de hablar para que nosotros los oigamos. Una experiencia muy gratificante para los niños de esta edad es el que puedan grabar su voz en una cinta y poder escucharse después unos a otros. La utilización de la radio es muy gratificante para ellos, les calma y les relaja. Como dice el refrán la música amansa a las fieras. Lo mismo podemos decir que, al igual que con la radio, ocurre con la televisión, el vídeo y los casetes.

Encerado: El descubrimiento del encerado en la Educación Infantil también es muy gratificante. A los niños les gusta mucho escribir en la pizarra porque pueden borrar y volver a escribir sin ningún problema. Por lo tanto, es uno de los medios que los niños más utilizan en clase y con el que se cuenta en todas las clases.

Fotografía: El alumno de Educación Infantil no suele tener uso frecuente de la cámara fotográfica, aunque si se considera importante. El poder observar a sus compañeros,

por ejemplo, se puede considerar como algo motivador. Como algo más didáctico y no tan práctico, podemos decir que el poder contar con fotografías de excursiones, visitas, etc., nos puede servir para hacerles recordar algún tema que ya se ha dejado apartado para ver si

Tele-virtualidad: Implica sistemas que representan situaciones reales alejadas o inaccesibles. Es la simbiosis de las telecomunicaciones y las imágenes de síntesis. Pretende comunicar a distancia con la ayuda de imágenes de síntesis o virtuales, aprovechando todas las posibilidades funcionales que las técnicas de la infografía permiten. Ya es posible comunicarse en tiempo real con imágenes de alta calidad en redes de comunicación económicas lo que ha posibilitado la "telepresencia".

Con ella será posible seguir la evolución de un tumor canceroso consultando con un colega de París o Tokio, manipular la estructura de una proteína o desarrollar juntos un proyecto de carrocería para un nuevo coche. Las aplicaciones son la telemedicina, la teleeducación, el aula virtual, la casa virtual... agrupadas bajo el título de lo que denominábamos antes como "telepresencia". La tele virtualidad permite crear entornos virtuales que pueden compartir numerosos participantes conectados por una red de telecomunicaciones de banda estrecha, (Unknown, 2015)

La ley de comunicación y el sector audiovisual

A menudo, el sector de la cultura ha dado la impresión de manifestarse solo cuando hay una amenaza de disminución de los fondos destinados a desarrollar sus proyectos. Por eso entusiasma la movilización que se ha sentido en estas semanas en torno a temas como el machismo y la violencia de género, la cultura patriarcal y la xenofobia, o también las reformas a la Ley Orgánica de Comunicación. Ninguno de esos temas tiene que ver directamente con el quehacer de gestores y artistas, pero son de extrema relevancia para generar un ambiente democrático, laico, progresista y abierto a las diversidades, y eso, evidentemente, es parte del campo de lo cultural.

Respecto a la Ley de Comunicación, y sea cual sea el resultado (no se puede ser muy optimista, viendo el alcance y la incidencia real que ha tenido el famoso diálogo gubernamental con actores sociales), estos pronunciamientos indican una maduración política del sector

Las reformas y derogatorias propuestas entran en contradicción con el espíritu de otras leyes vigentes y con la propia Constitución. La Ley de Cultura, por ejemplo, establece la obligación que tiene el Estado de invertir recursos y dotarse de mecanismos e instituciones de fomento a la producción, incentivo para las prácticas artísticas y estímulo a la mejor circulación de bienes y servicios culturales. El Estado estaría perjudicando a una actividad que está obligado a apoyar. Es tan absurdo en lo económico, en lo político y lo social, que es lícito preguntarse a qué sector se quiere favorecer, (Cueva, 2019)

La elección de los medios audiovisuales

Es importante tener en cuenta que, la introducción de los medios y recursos didácticos en contextos formativos no debe consistir en una mera integración física de aparatos e instrumentos tecnológicos, sino que debe suponer un verdadero cambio e innovación en los actos de formación.

Para que esto sea posible, es un requisito primordial que el docente analice los medios y los evalúe para seleccionar los más adecuados y coherentes con su propuesta de formación. Los criterios que se deben considerar para la selección de medios de enseñanza se pueden concretar con cuatro indicadores a saber:

- ✓ Visibilidad: desde la óptica del alumno
- ✓ Claridad: para lograr la comprensión de lo que se quiere transmitir
- ✓ Sencillez: en la aplicación
- ✓ Control: en cuanto al seguimiento del aprendizaje (Fuentes, 2016).

Utilización de los medios audiovisuales

Se clasifican según su utilización.

✓ **Medios:** cuando se utilizan como recursos de aprendizaje sin la intervención directa del docente. Ejemplo: televisión, videos, computador, películas, grabaciones, textos, libros, material impreso en general, (carteles, periódicos, revistas etc.).

✓ **Auxiliares:** son todos aquellos que requieren de la presencia del docente. Ejemplo: pizarrón, rotafolio, carteles, retroproyector, modelos y maquetas, mapas, simuladores, computador, textos, material impreso.

✓ **Según el canal de percepción:** Visuales, auditivos, audiovisuales, táctiles y verbales (orales o impresos)

✓ **Instruccionales o novedosas** o bien llamados nuevas tecnologías, que es la combinación de las comunicaciones con las computadoras y la red de redes (Internet). Vídeo conferencias, cursos en línea, acceso a información, chats (conversaciones en línea) y correo electrónico, (Fuentes, 2016).

Dimensiones de los medios audiovisuales

La capacidad de fusión de cada uno de los elementos de los distintos lenguajes en la confección de nuevas formas audiovisuales, hace necesario avanzar en el conocimiento de la comunicación audiovisual cuyo objeto de estudio central ha de ser el lenguaje audiovisual, entendiéndolo como los modos artificiales de organización de las imágenes y los sonidos, de forma sincrónica y simultánea, que se utilizan para transmitir ideas o sensaciones, ajustándonos a la capacidad del hombre para percibir las y comprenderlas.

La integración de lo audiovisual culmina en productos comerciales, publicitarios, propagandísticos, de entretenimiento y educativos; aunque en este último campo su tratamiento muchas veces es una prolongación del lenguaje verbal; es decir, como simples “conferencias” o discursos verbales, ilustraciones plagadas de textos e imágenes amenizadas por efectos de sonido y música de fondo sin ningún sentido entre sí, y eso se debe primordialmente al desconocimiento del lenguaje audiovisual.

La frase de que “vivimos en una civilización de la imagen” ha sido traducida por algunos autores por las expresiones “vivimos en una iconosfera, de acuerdo con Ferrés: “Si vivir en la atmósfera implica respirar aire, vivir en una iconosfera implica consumir imágenes visuales y acústicas. Si la vida biológica implica respirar y saber alimentarse adecuadamente, vivir en una iconosfera implica saber ver cada imagen y saber escuchar cada sonido.” Hoy cada vez más personas contemplan la vida a través de un monitor (ya sea de una televisión o de una computadora personal, sin dejar de lado otras pantallas como las del cine, los videojuegos, y las pantallas de los teléfonos celulares). Cabe reflexionar sobre si queremos vivir una vida plenamente humana, personal y libre eso exige ineludiblemente la capacidad de una lectura reflexiva y una actitud crítica de los mensajes audiovisuales a los que nos vemos expuestos día a día a través de los medios masivos.

La idea es estar educados en lo audiovisual y capacitados para educar con lo audiovisual. Para ello se ha de recibir una preparación adecuada en una triple dimensión:

La dimensión técnica, atiende el nivel operativo de cada medio y el o los canales que se emplean para intentar hacer llegar su mensaje al público meta de la manera más rápida y precisa, estableciendo un proceso de información o comunicación, según sea el caso.

La dimensión expresiva, por su parte, atiende un triple nivel: instrumental, semántico y de diseño audiovisual. a) El nivel instrumental hace referencia al conocimiento de los recursos técnico-expresivos, b) El nivel semántico hace referencia al conocimiento de estos recursos desde el punto de vista de la producción de sentido, y c) Finalmente, el nivel de diseño audiovisual hace referencia a las formas de presentación.

A la dimensión didáctica le competen las ciencias que se involucran en el estudio de lo audiovisual, desde el diseño instrumental. Por ejemplo: la Física y la Química estudian la parte tecnológica de los medios, la Ética el análisis de los valores que se promocionan en ellos, y las Ciencias Sociales, la ideología que se trasmite, el régimen legal con el que operan los medios y cómo se codifican los mensajes, (Martinez, 2018).

Importancia de la dimensión audiovisual

Es muy importante no confundir a los medios de comunicación como simples canales, mediante los cuales se comunica cualquier contenido. Este es un grave error: concebir que cualquier medio puede transmitir cualquier información, sea del tipo que sea. El problema se centra en el uso adecuado del lenguaje y no en el medio audiovisual.

No es necesario recordar que cada día la juventud y la niñez están expuestos a más y más mensajes audiovisuales, y que para ellos su lenguaje ya es audiovisual además de encontrarse saturados de información de diversa índole. En un mundo de cambio veloz, complejo, simultáneo y total, una herramienta primordial es explorar las posibilidades del lenguaje audiovisual pues éste tiene la clave para nuevas posibilidades cognitivas: información, comunicación, comparación, análisis y síntesis.

Aprender el lenguaje audiovisual requiere de destrezas similares a las necesarias para leer textos escritos. Sus códigos están en gran medida indeterminados y existen diversos intentos por definirlos, interpretarlos, sistematizarlos y codificarlos. Podemos definirlo como: El conjunto de convenciones y códigos que permiten, mediante el uso de ciertos instrumentos, un proceso social de producción y conservación para su posterior reproducción de los mensajes constituidos por imágenes y sonidos, de una o varias partes, seleccionadas de una realidad natural o construida.

También podemos entender que el lenguaje audiovisual está constituido por un conjunto sistematizado y dramatizado de recursos expresivos que permiten estimular en el público, series organizadas de sensaciones y percepciones que se transformarán en mensajes concretos y complejos, y que además no es un lenguaje cerrado por lo que se encuentra en continua innovación integrando nuevos recursos a sus códigos.

Estos mensajes son construidos, conservados y reproducidos para un público meta o target, e intentan integrar el conjunto de elementos que constituyen la trama representativa de la sociedad como un elemento de su cultura. En general, tienden a conservar y reproducir los valores del emisor, es decir, de quienes los producen, aun cuando no siempre dichos valores tengan aceptación o vigencia para aquellos que reciben los mensajes. De ahí que los

mensajes audiovisuales puedan tener como objetivo además de informar, entretener y comunicar, el de persuadir y manipular, (Martinez, 2018).

Ventajas y desventajas de los medios audiovisuales

La sociedad actual está acostumbrada a las innovaciones constantes. Incluso, podríamos decir que es la misma sociedad quien se ha creado la necesidad de estarse innovando en todos los aspectos.

Hablemos de las innovaciones en el ámbito educativo: el uso de medios audiovisuales como herramienta en la enseñanza y el aprendizaje.

VENTAJAS

✓ La misma sociedad demanda que el proceso de enseñanza sea innovador, el uso de medios audiovisuales permite a los docentes ofrecer de manera novedosa y atractiva el contenido a aprender.

✓ Todas las personas aprendemos de manera distinta, el uso de medios audiovisuales permite abarcar los diferentes estilos de aprendizaje.

✓ La preparación de una clase se vuelve práctica y divertida.

✓ Además de ser práctica, la exposición del contenido de la materia se vuelve más completo.

DESVENTAJAS

✓ El uso excesivo de los medios audiovisuales puede volver a una clase tediosa y poco atractiva, además el docente puede perder el interés por mejorar su práctica y su tarea como investigador.

✓ Es indispensable que el docente este capacitado para el uso de los medios audiovisuales, en caso contrario puede volverse en su contra.

✓ Una gran desventaja es que no todos los medios audiovisuales están al alcance de todas las escuelas.

✓ Los medios audiovisuales son solo un apoyo para la enseñanza o el aprendizaje, cuando esto no logra comprenderse, el acercamiento entre alumno y docente se puede perder, (Estrada, 2018).

Desarrollo cultural

Es el desarrollo de los usos, costumbres, religiones, valores, organización social, tecnología, leyes, lenguajes, artefactos, herramientas, transportes, que se desarrollan por la acumulación y transmisión de conocimientos para la mejor adaptación al medio ambiente. La evolución cultural, por su parte, es la transformación a lo largo del tiempo de elementos culturales de una sociedad, los cuales también cambian a las personas.

Con la cultura se desarrolló la capacidad para transmitir conocimientos y habilidades. De esta manera, fue posible el surgimiento de una tecnología más refinada. Gracias a la evolución cultural, el proceso evolutivo se aceleró. Pero la evolución cultural necesita de dos habilidades para que se pueda desarrollar. Estas son el aprendizaje social y la teoría de la mente.

Aunque algunos animales parecen tener tradiciones culturales, estas no evolucionan ni mejoran con el tiempo. Esto no sucederá a menos que estos animales adquieran la teoría de la mente y el aprendizaje social. Por el contrario, las sociedades humanas, por medio de la adaptación cultural acumulativa, se desarrollan y evolucionan gradualmente.

A medida que las personas se imitan unas a otras, eligen y modifican las tecnologías existentes a la vez que almacenan conocimientos y habilidades. El resultado de todos estos procesos es una cultura variada y compleja, (Muelas, 2017).

La importancia del desarrollo cultural

La educación y la cultura son dos de los elementos esenciales para el desarrollo de las personas y la sociedad, mismos que se han ido modificando paulatinamente al entorno global. La cultura permite conocer un sin número de expresiones artísticas que con el paso de los años se han convertido en elementos de crecimiento económico, de vida intelectual, afectiva, moral y espiritual.

Esta diversidad también ha permitido que comunidades y pueblos, conozcan la verdadera idiosincrasia, las tradiciones y costumbres del país transmitida de generación en generación a través de las obras plásticas, escénicas y musicales, para conocer el verdadero génesis de nuestros antepasados.

La cultura seguirá siendo un pilar de vital importancia en el país, sociedad y comunidades, que mantendrán vivo el espíritu de ser costarricense, de ahí que nuestra institución ha sabido apostar por desarrollar una educación más integral y que estamos seguros, seguirá fortaleciendo, (Ramírez, 2017).

La evolución cultural

Todos los aspectos de la cultura se clasifican en cada uno de estos tres niveles.

La infraestructura engloba los aspectos más materiales o relacionados con la tecnología, los medios de producción y los recursos naturales o humanos que la sociedad usa en su actividad económica y social. Los cambios en la infraestructura son difíciles de prever. Estos dependen de los avances tecnológicos, el desarrollo económico y los cambios en la economía. Los cambios en los otros niveles van a afectar a la infraestructura.

En la estructura se encuentran la organización de tareas y las funciones sociales. En este nivel también haya el sistema jerárquico y de poder, además de las reglas que regulan las relaciones entre los individuos. Los cambios en este nivel tienen una gran incidencia en la infraestructura y viceversa. Por ejemplo, la incorporación masiva de mujeres occidentales al mercado laboral al aparecer un número elevado de puestos de trabajo en el sector servicios. Este cambio en la infraestructura hizo que las relaciones sociales cambiaran.

La superestructura engloba los aspectos inmateriales e ideales. Algunos de estos son las creencias religiosas, los valores morales y la “alta cultura”, como la pintura, la arquitectura, la música, la literatura o el cine. Los cambios a este nivel suelen ser en los valores y creencias. Estos, cuando cambian, lo suelen hacer para justificar el orden social imperante. Por ejemplo, la incorporación de las mujeres al mercado laboral se asoció a un aumento del prestigio de la mujer asalariada que trabaja fuera de casa y aporta ingresos económicos al hogar, (Muelas, 2017).

Importancia de trabajar en el desarrollo cultural de cada pueblo

La pérdida de identidad cultural influye directamente en el sentido de pertenencia evitando el abandono de los pueblos.

Definimos identidad cultural como el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elementos dentro de un grupo social y que actúan para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. Un sentido de pertenencia que perdura en el ideario colectivo y que pase el tiempo que pase siempre permanecerá en el recuerdo aun no viviendo en el municipio.

En un mundo cada vez más globalizado donde internet y la forma de interactuar a través de las redes sociales han abierto el campo del conocimiento y ha permitido conocer nuevas culturas que sin duda han enriquecido tanto socialmente como culturalmente la sociedad, es de vital importancia no dejar de lado nuestra verdadera esencia, nuestro sentido de ser, nuestro origen, nuestra historia, nuestro sentido de pertenencia y con ello nuestros valores y trabajar desde los colectivos y entidades locales en proteger y mantener la esencia de fiestas y actividades culturales como identidad local.

La pérdida de identidad de un pueblo incide directamente con la falta de arraigo y por tanto con el abandono de los pueblos. Pueblos donde nacimos y crecimos y donde compartimos los primeros años de vida donde la familia, los amigos y el tiempo de ocio fueron clave fundamental en lo que somos como personas. Valores y modos de conducta que se conformaron en esos primeros años de vida y que nos acompañarán a lo largo de nuestra vida, vivamos donde vivamos, (Manzano, 2018).

Factores que refuerzan la identidad

- **Puesta de valor de la memoria colectiva.** Recopilación de información del ideario colectivo valorando a los mayores de la comunidad como fuente de conocimiento y esencia de identidad.
- **Conocer el porqué de tradiciones y folclore.** El conocer el por qué se hacen las fiestas de una determinada manera, su simbología y lo que representa a nivel colectivo para la comunidad es esencial para valorarlas, protegerlas y defenderlas en el paso del tiempo.
- **Identidad cultural en el sistema educativo.** Es fundamental trabajar la identidad cultural en la escuela, donde los pequeños conozcan el porqué de las fiestas y las vivan como momentos de alegría y devoción de la comunidad y se sientan honrados de recibir tal importante herencia.
- **Fomento y dinamización de jornadas culturales.** Que ahonden en la difusión y que eviten la pérdida de las tradiciones tanto para los que viven en los pueblos como aquellos que se acercan a la población y que no entienden el porqué de las tradiciones.
- **Aporte social.** El ser humano es social por naturaleza y necesita momentos de homenaje tanto a nivel familiar como a nivel colectivo, muchas fiestas patronales tienen figuras como mayordomos, diputados, reinas de las fiestas, miss o míster que son importantes a nivel personal y que refuerzan el sentido pertenencia al pueblo o comunidad, (Manzano, 2018).

Influencian al desarrollo cultural de los adolescentes

Con el multiculturalismo extendiéndose por el mundo, muchos padres se preguntan qué clase de influencia su cultura familiar, étnica o nacional tendrá sobre sus adolescentes en crecimiento. Mientras que la pubertad y los problemas de convertirse en un adulto son similares para todos los adolescentes, lo que se enfatiza implícitamente en cómo crecen difiere de acuerdo a las culturas. Conocer estas diferencias puede ayudar a los padres a entender por lo que sus hijos están pasando

Independencia vs dependencia

Cuando un niño crece en una cultura o casa que le da cierta cantidad de libertad, cree que es lo que se acostumbra en la sociedad. Debido a ello, los padres con frecuencia notan las diferencias de las culturas en que los niños de algunas son claramente independientes mientras que otros se apoyan más en la familia. Un ejemplo claro de esto son las culturas occidentales que le dan más independencia a sus adolescentes, permitiéndoles manejar un auto y tener trabajos de medio tiempo, actividades que los de culturas orientales desempeñarán mucho más tarde. La cultura en la que crece un niño puede influenciar la rapidez con que obtenga su independencia, (Verial, 2018).

Diferencias morales

Los padres de los adolescentes tienen como principal responsabilidad enseñarles a sus hijos ética. Los padres que vienen de diferentes culturas enfatizan valores diferentes y por lo tanto les enseñan a los niños estándares morales diferentes. Por ejemplo, debido a que la honestidad es un concepto importante en occidente, los padres estadounidenses animan a sus hijos a no mentir, aún en situaciones en que la mentira pudiera ser beneficiosa. Por el contrario, los padres del este asiático tienden a enfocarse en crear un sentido de armonía social y familiar. Estos padres tienden a pasar por alto las mentiras, siempre que las mismas contribuyan a la armonía, como las mentiras blancas que se dicen para no lastimar los sentimientos de otras personas. Los adolescentes crecen en culturas diferentes y sus estándares de moral se solidifican también de maneras diferentes.

Efectos en el ego

Sin cultura, no hay bien ni mal por lo que un niño se pueda sentir orgulloso o humillado. La cultura es parte de la razón por la cual algunos adolescentes son vistos por sus pares como arrogantes o tímidos. Esta diferencia no surge de la idea del respeto, sino por donde debe ser reemplazado el respeto. Por ejemplo, las familias hispanas tienden a criar a sus adolescentes como personas de carácter fuerte, que sepan defenderse, si se presenta la oportunidad. Les inculcan un sentido de orgullo. Sin embargo, otras culturas, como la japonesa, no enfatizan el orgullo del individuo, pero sí el del grupo. Así, para los

niños hispanos, los niños japoneses son tímidos; por otro lado, los niños japoneses consideran a los hispanos como arrogantes.

Confusión cultural

Considerando que los años adolescentes son un período en el que se busca la propia identidad, los adolescentes de una cultura que no sea masiva pueden encontrar más difícil identificarse. Por otro lado, los adolescentes se identifican con sus familias, que pueden no pertenecer a la cultura mayoritaria; pero también se identifican con sus pares, que son parte de ella. En esta etapa de la vida, las diferencias individuales son aparentes, especialmente en lo que respecta a las diferencias culturales, haciendo que el período de la autoidentificación sea aún más difícil para los estudiantes extranjeros creciendo en el exterior, (Verial, 2018)

Paso para desarrollar la identidad cultural

Las formas de expresar la identidad cultural incluyen: usar vestimenta específica, comer o preparar comidas de cierta forma, participar en rituales, tradiciones o ritos de pasaje, tocar música y compartir información sobre una cultura con gente del exterior.

Paso 1: Edúcate con libros, videos, fotografías y viajes a tu tierra natal cultural y toma el conocimiento de los mayores. Reúne la información adecuada sobre tu cultura antes de expresarla completamente.

Paso 2: Vístete con las prendas de tu cultura. Mostrar esto hacia afuera, a quien quiera que conozcas, demostrará que te identificas con un grupo cultural específico.

Paso 3: Cocina la comida de tu cultura. Come y comparte con otros para expresar tu identidad cultural a través de tus elecciones alimenticias. Encuentra almacenes, mercados locales o vendedores ambulantes que vendan los platos de tu cultura y frecuéntalos

Paso 4: Participa en los rituales y ritos de pasaje de tu cultura. Expresa tu identidad con fuerza siguiendo tradiciones culturales. Un ejemplo de una tradición cultural es la

Quinceañera para las niñas hispanas. Esta celebración de diva y rito de pasaje marca la transición de una jovencita hacia la adultez.

Paso 5: Comparte historias y tradiciones de tu cultura con amigos fuera de tu grupo cultural. Educar a otras personas sobre tu cultura creará un sentido más grande de comprensión y respeto por ti a medida que expresas por completo tu propia identidad cultural. Cuenta historias de tus ancestros, tu tierra natal y explica las visiones del mundo de tu cultura.

Paso 6: Aprenda a tocar y bailar música de tu cultura. La música es un broche de cualquier grupo cultural, y si te tomas el tiempo de aprenderla, estarás demostrando tu compromiso con la expresión cultural, (Ellison, 2017).

Efectos negativos de la globalización en el desarrollo cultural

La globalización no se define con facilidad. Para algunos, se trata de un proceso positivo que conduce a valores sociales compartidos a nivel mundial. Para otros, el término tiene un significado negativo y los críticos lo aprecian como un fenómeno que marginaliza a las culturas menos dominantes, sobre todo aquellas en los países en vías de desarrollo. Algunos críticos se refieren a ella como la cultura debido a las campañas de publicidad globales que socavan la diversidad cultural.

Consumismo

Las grandes compañías multinacionales promueven sus productos a nivel global y hay algunos países en los que los logos de Coca-Cola y Nike no han aparecido. El efecto negativo del mercado global es que las compañías locales se excluyen del mercado y las compañías multinacionales imponen en otras culturas tendencias de consumo europeas o norteamericanas. De igual modo, la industria de la comida rápida promueve valores de producción eficaz. Como resultado, la cocina tradicional parece menos rentable y efectiva en cuanto a costo que la comida rápida, haciendo que los mercados de comida tradicional pierdan negocios.

Idioma

El idioma es una expresión clave de diversidad cultural. Los críticos de la globalización sostienen que ésta marginaliza algunos lenguajes y que incluso podría hacer que algunos de ellos se extingan. Otros dicen que eso es un mito. Debido a que las economías dominantes del mundo hablan inglés, se lo suele apreciar como el principal culpable de restarle importancia a otros lenguajes. Ciertamente, el inglés se emplea a nivel mundial como segundo o tercer lenguaje y esto favorece a la globalización del negocio de intercambios; sin embargo, si las comunidades de negocios observan más beneficios al hablar español o chino, esos son los idiomas que aprenden en su lugar.

Pobreza

Algunos miembros de las Naciones Unidas, incluyendo la ciudad del Vaticano, sostienen que la globalización incrementa la pobreza entre las personas jóvenes, los ancianos, las mujeres, los indígenas y los extranjeros, lo que produce un impacto cultural. Un representante de Cuba dijo que uno de los resultados de la globalización fue que el 20 por ciento de la población mundial consumía 80 por ciento de la producción global, dejando a un 80 por ciento de la población considerablemente encarecida. Una de las formas de reducir la pobreza en estos grupos es que las naciones adineradas acepten más importaciones de los países en vías de desarrollo, (McKenzie, 2017).

Medios de comunicación para el desarrollo cultural

En esa insaciable búsqueda del avance, muchos arriesgan sus vidas año tras año, cruzan desiertos, muros y mares para vencer las fronteras que los separan de la ansiada prosperidad. El fenómeno de las migraciones modifica constantemente el mapa global y local, como consecuencia de una desigualdad sin precedentes que se acentúa al ritmo de las conquistas tecnológicas y científicas de la llamada Era de la Información.

Cuando la forma de producción y consumo de bienes conduce a que éstos se conviertan en fines en sí mismos, la presunta satisfacción de una necesidad empaña las potencialidades de vivirla en toda su amplitud. Queda allí abonado el terreno para la instauración de una sociedad alienada que se embarca en una carrera productivista sin

sentido. La vida se pone entonces al servicio de los artefactos, en vez de estar los artefactos al servicio de la vida. La búsqueda de una mejor calidad de vida es suplantada por la obsesión de incrementar la productividad de los medios.

En este contexto, bien como herramienta para el desarrollo o entendida como un proceso, la comunicación resulta indispensable para mejorar las condiciones de vida de las personas, democratizar las sociedades y empoderar a las comunidades. ¿El fin último? Convertirlas en artífices de sus propios destinos. A pesar de esto, hablar de comunicación y desarrollo supone descorrer el velo que cubre los actuales desequilibrios entre retórica y realidad, (Grave, 2016).

La cultura como estrategia para el desarrollo

La cultura como creadora de identidad, como generadora de inclusión social, como aglutinadora y catalizadora de diversidad, como generadora de especificidades locales, propiciadora de redes sociales, promotora de participación, es central en la estrategia integral de desarrollo local. Si la cultura es un eje transversal del desarrollo local, el Municipio es fundamental en el desarrollo cultural de su territorio. Es transcendental la necesidad de implementar políticas culturales para promover el desarrollo de cada territorio.

La cultura traspasa la idea de oferta dirigida al consumo pasivo y se enfrenta con la necesidad de aplicar lógicas estructurantes que la revaloricen y la contemplen como un factor de desarrollo integral para la sociedad y sus individuos. Fortalecer la cultura es construir ciudad.

Ciudad, ciudadanía y mundo globalizado son conceptos que hoy se entremezclan para crear un nuevo fenómeno que no se limita a un territorio geográfico, sino que se conjuga con una inevitable orientación hacia lo externo, como concepto y como filosofía. Todo ello implica derivar la atención a procesos relativos a la cultura de la diversidad. Una diversidad que convierte a las ciudades en un mosaico multicultural, que las hace más ricas, una diversidad que las convierte en un recurso inagotable de representaciones ciudadanas y que las orienta hacia propuestas que tienen como modelo el combate activo de la desigualdad. Una situación que conlleva enfrentarse al reto de una sociedad dinámica y cambiante desde las posturas de la innovación y de la creatividad. Todo ello entendiendo la

cultura como un derecho, como un auténtico agente de cambio, como un reto para la acción transformador.

La vida cotidiana en una ciudad esta fragmentada no sólo por las realidades socioeconómicas de quienes las habitan sino también por la múltiple diversidad de sus realidades culturales. El terreno cultural es un eficaz reflejo de la densa realidad y las políticas culturales basadas en la participación y la interacción deberán tener en cuenta que la globalización ensalza la destradicionalización y el desarraigo como medidas de dominio, (Insa, 2015).

Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual.

Insertar los medios y productos audiovisuales en procesos de rescate y revitalización cultural en comunidades cercanas a sitios patrimoniales es una apuesta definitiva hacia la consolidación de la comunicación como un eje transversal e integral en los proyectos de cooperación al desarrollo o las derivaciones conceptuales propias de la evolución del término hacia la comunicación para la transformación social, la comunicación para el buen vivir o la educocomunicación.

La cultura es una parte esencial de los pueblos y sus individuos. En sus declaraciones universales, la Unesco ha hecho hincapié en conceptos como identidad cultural, derechos culturales, diálogo intercultural, revitalización del patrimonio cultural y promoción de las industrias culturales como elementos intrínsecos a los procesos de desarrollo.

el desarrollo económico y social, a través de actividades como la dinamización de la creatividad y la innovación, o el fomento del turismo sostenible, entre otras. A ello contribuye la existencia de un rico patrimonio cultural material, enmarcado a menudo en áreas de patrimonio natural, cuya conservación y puesta en valor constituye una oportunidad ineludible de desarrollo para las comunidades cercanas.

En los últimos años resurge el interés en las estrategias de investigación participativa, apareciendo proyectos de investigación empíricos concretos, que abordan numerosas consideraciones conceptuales y enfoques metodológicos. Generalmente métodos locales a pequeña escala; en la educación, la salud y la investigación de políticas públicas, vinculados

principalmente, a un deseo de permitir dar una mayor voz en los ámbitos de la investigación a los intervinientes.

Las iniciativas de este tipo son, con frecuencia, documentadas y difundidas por foráneos, quienes hacen sus propias interpretaciones durante el proceso y las usan para sus propios fines, o simplemente, no son documentadas. Sin embargo, el audiovisual participativo proporciona una oportunidad para que los pobladores de las áreas concretas puedan documentar sus propias experiencias y conocimientos, y expresar sus necesidades y esperanzas desde su propio punto de vista. (Rabadán, Bruzón, & Montaña, 2016)

Comunicación, cultura y desarrollo: emprendimiento

La comunicación se ha convertido en una herramienta básica en el desarrollo de las sociedades al facilitar la creación/preservación del patrimonio, de una cultura de participación y la construcción democrática de ciudadanía. En este sentido, una comunicación para el desarrollo debe estar íntimamente ligada con la creación de valores, la sensibilización y la educación. Se pretende transmitir un uso pedagógico y democrático de los medios para que estos sirvan de foro de debate y de voz para los más desfavorecidos o marginados.

Las tecnologías de la comunicación han permitido que la conservación y preservación del patrimonio pueden ser entendidas como motor de desarrollo económico de los pueblos si se capacita oportunamente a los agentes en el sentido más completo de la educación o alfabetización mediática.

La economía naranja sostiene que la evolución de las tecnologías de la comunicación tiene una directa repercusión en el desarrollo de las industrias culturales, la facilidad con la que se pueden generar contenidos y divulgarlos a través de Internet anima a que muchas personas vean en la comunicación participativa una manera de buscar el motor económico de sus entornos. Esto conlleva a los individuos a la necesidad de un desarrollo eficaz de destrezas comunicativas, una imprescindible competencia en comunicación audiovisual, que entendemos como la capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales y para expresarse con una mínima corrección en el ámbito comunicativo, (Rabadán, Bruzón, & Montaña, 2016)

2.2. MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.2. Antecedentes investigativos

La promoción cultural encuentra en los medios audiovisuales un espacio donde concurren diversos agentes desde las más diversas disciplinas. Tras los avances cada vez más vertiginosos de la tecnología, son los medios de comunicación, esos espacios en que profesionales de distintos saberes dejan su impronta, esencial en la historia misma de cada localidad.

Se considera imprescindible que cada emisora, radial o televisiva, emprenda acciones encaminadas no solamente al consumo del arte existente en cada localidad, sino a conocer historias y protagonistas, profundizando en el estudio de los aportes de las personalidades de distintas especialidades del ámbito local, enriquecedoras del patrimonio, que es preciso conocer, conservar y promocionar.

No se concibe actualmente un adecuado desarrollo cultural sin la promoción de los distintos aspectos de la cultura. En los medios audiovisuales se corrobora la evolución de esa visión. El promotor cultural no solo se caracteriza por ser un facilitador de la vida cultural de los territorios, sino por ser un agente de cambio que propicia y dinamiza las potencialidades de sus comunidades, fortaleciendo de este modo el sentido de pertenencia, la identidad local y nacional.

La percepción de que la cultura no se impone, infiere que el promotor cultural debe ser respetuoso y democrático con los demás, tratando de proponer y sugerir, más que imponer, de modo que los procesos culturales se vayan gestando desde el convencimiento, necesidad, participación y sentido de pertenencia de las personas.

La promoción cultural desde la radio es un proceso inconcluso que comprende a las más diversas disciplinas, desde las que emanan agentes que hacen de estos medios, el escenario idóneo para facilitar la modelación del futuro deseado a través del diálogo entre el pasado y presente. Es un proceso comunicativo y de participación, donde toman vida las expresiones culturales, las facultades creadoras y la capacidad de aporte de todos, (Hernandez, 2017).

Manuel Meza Victorio docente en la Universidad de Málaga España manifiesta que: Los medios audiovisuales han sido a lo largo de su historia (desde el surgimiento del cinematógrafo hasta las nuevas formas digitales de procesamiento de imagen) un componente esencial del desarrollo individual y social, un dispositivo mediador del aprendizaje y la socialización que integra y articula saberes y sensibilidades diversas.

En la actualidad estas características se potencializan dadas las condiciones que establecen la globalización y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación; las formas de consumo audiovisual hoy, distintas a las de hace aproximadamente veinticinco años, han permitido que los públicos estén más vinculados no sólo con la producción, también, entre sí mismos posibilitando una construcción de sentido a partir del gusto y la afición comunes.

Estas formas de consumo que conllevan procesos productivos hacen estallar las viejas maneras de entender la recepción; éstas cada día pierden “algo de su sentido en entornos digitales marcados por la personalización de los contenidos, el consumo asincrónico y el intercambio de muchos a mucho, (Meza, 2017).

La Revista Criterio en uno de sus artículos publicados acerca de la cultura de los medios audiovisuales señala que: Pensar la sociedad moderna sin la intensa y compleja red de medios de comunicación que caracteriza a nuestros tiempos -aunque a alguno pueda parecerle un sueño paradisíaco- es tan absurdo y nocivo como no querer reflexionar y debatir sobre esos medios, sobre la relación entre ellos y la vida social, sobre su responsabilidad y la nuestra, en cuanto lectores, oyentes o televidentes.

Observemos, además, que la cultura es un bien tan imprescindible como delicado y que, así como no hay sociedad sin cultura, su evolución y su alcance a todos depende de un constante trabajo de las instituciones y de los agentes culturales, (Revista Criterio, 2018).

La periodista colombiana Beatriz Sarlo en uno de sus artículos de publicación señala que: El mundo audiovisual introdujo en los últimos treinta años un cambio cualitativo porque reorganizó el mundo de la comunicación escrita. Una de las definiciones que podríamos hacer de posmodernidad es la reorganización por parte del mundo audiovisual, básicamente de la televisión, de los medios de comunicación escrita y la forma en que

nosotros vemos hoy qué sucede en la televisión, la forma en que la noticia del diario repercute en la televisión, vuelve al diario, la forma en que se alimentan en un camino de doble vías, digamos, doble banda: los medios de comunicación escritos y los medios de comunicación audiovisuales, (Sarlo, 2016).

Myriam Garzón de García subdirectora administrativa fundación patrimonio fílmico colombiano señala que: Los medios audiovisuales son el resultado de la conjunción de imágenes y sonidos integrados en un soporte, reproducibles y cuyo contenido tiene una duración lineal. Su grabación, transmisión, percepción y comprensión están determinadas por la utilización de un dispositivo tecnológico, teniendo como propósito la comunicación de su contenido. Desde su etapa de registro hasta su presentación o exhibición, los medios audiovisuales son diacrónicos, es decir, se hacen y perciben a través del tiempo. Por más cortos que sean, son lineales por naturaleza y no se pueden percibir de forma instantánea.

Por eso, la imagen fija, es decir, la fotografía, no estaría considerada en esta definición. Sin embargo, este es un aspecto que tiene muchas interpretaciones y deslindes. Los términos medio y material audiovisual hacen más referencia al soporte físico, a partir del cual se emite el contenido, que al contenido mismo. Una definición más amplia considera que los medios audiovisuales son en sí imágenes especulares y mecánicas de procesos y estados materiales y comprenden películas, videos y combinaciones de fotografías y grabaciones sonoras, reunidas en un mismo soporte, como, por ejemplo, la multimedia

Un documento audiovisual comprende el contenido informativo o artístico siempre en dependencia de otro elemento que lo constituye que es el soporte material donde se consignan las imágenes en movimiento y los sonidos. Puede ser un registro de secuencias de imágenes en movimiento en cualquier soporte, de carácter documental o argumental que capta un suceso o evento con la intención de informar y ser testimonio del mismo, puede ser sólo imagen por haber perdido el sonido que le correspondía, o por ser concebida sin él o por ser sólo un registro sonoro. En ocasiones no presenta un principio, fin o continuidad por ser un fragmento de una obra mayor de la cual sus otras partes no se encuentran o se han perdido, (Mincultura, 2015).

Gómez Nora en su tesis sustentada en la Universidad Internacional de Andalucía sobre “Los medios audiovisuales en el desarrollo de la gestión turística” señala que: Los canales de comunicación no personales son aquellos medios que permiten la transmisión de mensajes sin contacto personal o retroalimentación. Estos canales incluyen medios, los ambientes y los acontecimientos. Los medios de comunicación de masas incluyen los medios escritos (periódicos, revistas y correo directo), los medios audiovisuales (radio y televisión) y los medios externos (vallas, señales y carteles). Los ambientes son entornos especialmente diseñados que crean o refuerzan la disposición del comprador a realizar la compra. Los acontecimientos son eventos creados para comunicar mensajes a públicos objetivos. Los departamentos de relaciones públicas preparan conferencias, grandes inauguraciones, recorridos turísticos y otros acontecimientos para comunicarse con público concreto.

Los profesionales de la información en radio y televisión pueden elaborar reportajes de mesa. Las tomas de sonido directo y la captación de las imágenes en el lugar mismo de los hechos dan toda la frescura y credibilidad a la palabra del reportero, que crea y difunde su contenido informativo e interpretativo. Sin embargo, el reportaje propiamente dicho es el de la calle. Una vez elaborado, puede ser emitido en diferido, pero el reportaje genuino es el que se realiza y difunde en directo.

El directo en radio y televisión reviste siempre la forma de un macro reportaje. Decía Pasolini que la realidad habla solo una vez. Los hechos de ficción están cargados de valores, pero los hechos reales no tienen sentido ni valor en sí mismos. El valor dimana de la interpretación del reportero. Pocos sucesos reales y espontáneos se encuentran en la fortuna de poder ser captados por una cámara y un micrófono. La disposición, el orden y la estructura interna del reportaje han de estar previamente implantadas en la mente del reportero y del realizador, que han de ser capaces de dotar a los hechos del orden, la claridad y el interés que demandan las audiencias, (Gómez, 2015).

Noelia Hidalgo Licenciada en Psicología, en la Universidad de Buenos Aires (UBA). manifiesta que: La globalización cultural es la unificación de diversas costumbres pertenecientes a diferentes comunidades. El término hace referencia a las modificaciones vividas por diferentes formas de vidas de distintos pueblos.

Debido a la globalización cultural, las costumbres, tradiciones y expresiones artísticas de distintos lugares del mundo se han ido adaptando a los cambios surgidos a partir de la misma. La base de este fenómeno está asociada a los medios de comunicación, a través de los cuales las culturas y las costumbres de varios países se fusionan.

En esta línea, gracias a la globalización y a la masividad de los medios de comunicación, distintas sociedades llegan a interconectarse, bien generando vínculos y dando lugar a una unidad entre ellas, o bien, subrayando su diversidad.

La globalización cultural implica la unificación de diversas identidades culturales, tendiendo al logro de una homogeneidad y siendo su principal contenido subyacente la identidad cultural propia.

Esta internalización incluye la conexión entre territorios, naciones y continentes y, fusiona los elementos del pasado y del presente. A partir de ella se sociabilizan los valores de la cultura universal mediante la inserción de lo global en lo local.

Por un lado, la globalización es un proceso dinámico donde la economía, la tecnología, la política, la cultura, las características sociales y los pensamientos ideológicos correspondientes a cada región, se interrelacionan a nivel universal. Históricamente, a partir de la expansión del capitalismo, la globalización produce importantes transformaciones a nivel mundial. Teniendo como ejes centrales, a la modernidad y a la noción de progreso, la globalización es interpretada como una visión totalizadora de la realidad, donde existen tendencias hacia el desarrollo global de la sociedad. En este sentido, la relación existente entre lo social y lo cultural, inherente a este proceso dinámico, se vincula estrechamente con las relaciones capitalistas de producción. (Hidalgo, 2016).

2.2.2 Categoría de análisis

Categoría de análisis 1: Medios de comunicación audiovisuales

Definición. – Podemos definirla como la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio.

Operacionalización de las subcategorías

- ✓ sistema sonoro

- ✓ Sistema visual

- ✓ Sistemas de comunicación

Categoría de análisis 2: Desarrollo cultural

Definición. – Desarrollo de los usos, costumbres, religiones, valores, organización social, tecnología, leyes, lenguajes, artefactos, herramientas, transportes, se desarrolla por la acumulación y transmisión de conocimientos.

Operacionalización de las subcategorías

- ✓ Elementos culturales

- ✓ Desarrollo económico, social y sustentable

- ✓ Diversidad cultural

2.3 POSTURA TEÓRICA

Según Gina Beltrán y María Pillaga dicen que:

En la sociedad globalizada, los Medios de audiovisuales se han convertido en uno de los principales instrumentos de poder, gracias al manejo de la información, lo que ha generado importantes cambios en la estructura de la sociedad puesto que no solo se utiliza como un ente informativo, sino que también, ha tenido un papel de instrucción y enseñanza para todas las audiencias.

En el curso de estos últimos años ha tenido lugar una revolución mundial en el modo de percibir los valores morales, seguida de cambios profundos en la manera de pensar y actuar de la gente. Los medios de comunicación social han tenido y continúan teniendo un importante papel en este proceso de transformación individual y social, en la medida que introducen y reflejan nuevas actitudes y estilos de vida; es decir, son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, pasando por las modas o las necesidades de consumo.

Tampoco son ajenos a esta realidad, los pueblos del Ecuador, a más de estar en constante vulnerabilidad y amenaza en todos los sentidos, son también víctimas de los estigmas de los medios los medios de comunicación audiovisuales. La necesidad de describir y entender la influencia que ejercen estos medios en la sociedad actual y de manera particular en los pueblos exige examinar la comunicación desde las cosmovisiones de los pueblos y nacionalidades, lo que conduce a tener en claro nuevas dimensiones analíticas, (Beltran & Pillaga, 2015).

De acuerdo a Roció Zamora

Los medios de comunicación audiovisuales influyen de manera activa en la forma de pensar o de actuar de las personas hasta lograr modificar su comportamiento en relación a lo que conocen y comprenden de la realidad misma que los rodea. A pesar de las grandes ventajas que nos produce ver la televisión, también se pueden convertir en grandes desventajas si son usados en forma correcta. Existe gran preocupación en las esferas sociales al establecer las falencias que traen las programaciones y la publicidad en la televisión ya que se la utiliza para manipular a personas, así como disminuyen las elaciones afectivas, la socialización y el contacto con la naturaleza

El poder de los medios comunicación audiovisuales en las sociedades actuales está ligado con el interés práctico como son la publicidad de bienes de consumo y servicios o las campañas electorales. Esto implica que no se ha realizado un estudio objetivo y eficaz con implicaciones de primer orden para establecer lineamientos claros y definidos que no afecten la estructuración concreta de cada sociedad, puesto que todos los ciudadanos están expuestos a unos u otros medios como herramienta indispensable de comunicación y

presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos, (Zamora, 2015).

Coincidimos con Beltrán y Zamora en que, los medios de comunicación audiovisuales se manifiesta de forma indispensable al informar y expresar de manera acertada y efectiva el contenido cultural, a través de ella la audiencia puede entender lo que se anuncia, el uso de piezas gráficas, colores y sonidos referentes al contenido han sido la mejor estrategia para promocionar y crear un gran impacto en la sociedad, los foros, campañas y todo tipo de eventos se apoyan en múltiples herramientas digitales de comunicación para generar interés, En el Ecuador, la identidad audiovisual está en crecimiento, pero sí de comparar se refiere, al competir con otros países se está muy lejos de presentar un producto de excelente calidad, incluso se inclina por contratar agencias extranjera lo que incide a que no se apueste por el talento nacional, (Pincay, 2019).

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. Hipótesis general básica

- Investigando los medios de comunicación audiovisuales permitirá conocer cómo influyen en el desarrollo cultural de los habitantes del Sector Dos de Mayo, cantón El Empalme Provincia Del Guayas.

2.4.2. Sub hipótesis o derivadas

- Analizando los contenidos audiovisuales de los medios de comunicación se conocerá el impacto tienen en los habitantes del sector dos de mayo

- Diagnosticando la incidencia de la parrilla de contenidos audiovisuales se determinará su influencia en el desarrollo cultural de los habitantes.

- Desarrollando una campaña se concientizará en los contenidos audiovisuales que observan.

2.5 Variables

2.5.1 Variable independiente

- Medios de comunicación audiovisuales

2.5.2 Variable dependiente

- Desarrollo cultural

CAPITULO III RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Resultados obtenidos de la investigación.

3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas.

Se encuentra representada por los habitantes del Sector 2 de mayo del cantón el Empalme, en quienes se realiza el proceso de investigación determinando cómo influyen los medios audiovisuales en su desarrollo cultural costumbres y comportamientos. El número de personas de este sector corresponde a 3000 habitantes y su Población Económicamente Activa corresponde a 1800 personas datos formulados por el (INEC) y la (PEA). Tomando como referencia esta última cifra en quienes se inducirá el sondeo de encuestas.

3.5.2 Muestra

Para determinar el número de muestro estadístico se aplicará la siguiente formula

Involucrados	Población	%	Muestra	%
Habitantes	1800	100%	1800	100%
Comunicadores	5	100%	5	100%
Total	1805	100%	1.805	100%

Fuente: Habitantes del Sector 2 de mayo
Elaborado por: María Luisa Diaz

Total, de Encuestas: 327

n= Tamaño de la muestra

N= Población O Universo

E= Error de muestreo

$$\text{Fórmula: } n = \frac{N}{e^2(N-1)+1}$$

$$n = \frac{1800}{0,05^2(1420 - 1) + 1} = \frac{1800}{0,0025(1799) + 1} = \frac{1800}{5.49} = 327$$

327 encuestas a realizar

3.1.2 Análisis e interpretación de datos

Para el análisis e interpretación de resultados se aplicará un cuestionario de preguntas a los habitantes del del sector dos de mayo, con el propósito de indagar la influencia que han tenido los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo cultural, las preguntas que se aplicaran responden a un sondeo de fácil manejo para que sean contestadas sin ningún tipo de problemas alguno, donde cada uno de ellos puedan contestar y entender lo que se les esta preguntado.

Valoración: Es de tipo expresiva, explicativa, descriptiva, social, periodística indagando el desarrollo cultural y cómo inflúyeme los medios de audiovisuales evaluando la conducta que tienen los habitantes para conocer más de cerca la problemática, para ello se aplicó una serie de técnicas y métodos de investigación que determinaron ciertos patrones que muestran el impacto que han tenido los habitantes de este sector donde la influencia de los medios audiovisuales juega un rol importante.

Se realizará la entrevista en este caso a las autoridades indicadas que tienen un mayor conocimiento sobre el rol que desempeñan los medios de comunicación y que tipos de programas pueden influir en su manera de pensar o actuar conociendo sus puntos de vista en cuanto a la programación que presentan diariamente y porque hoy en día se inclinan por un tipo de contenido inusual al tradicional, el cuestionario de preguntas que se aplique en la población constara de pregunta abiertas y cerradas para que los habitantes se sientan más cómodos al momento de contestarlas.

Encuesta realizada a los habitantes del sector dos de mayo del cantón El Empalme

¿Cuáles son sus medios de comunicación audiovisuales favoritos para estar informado?

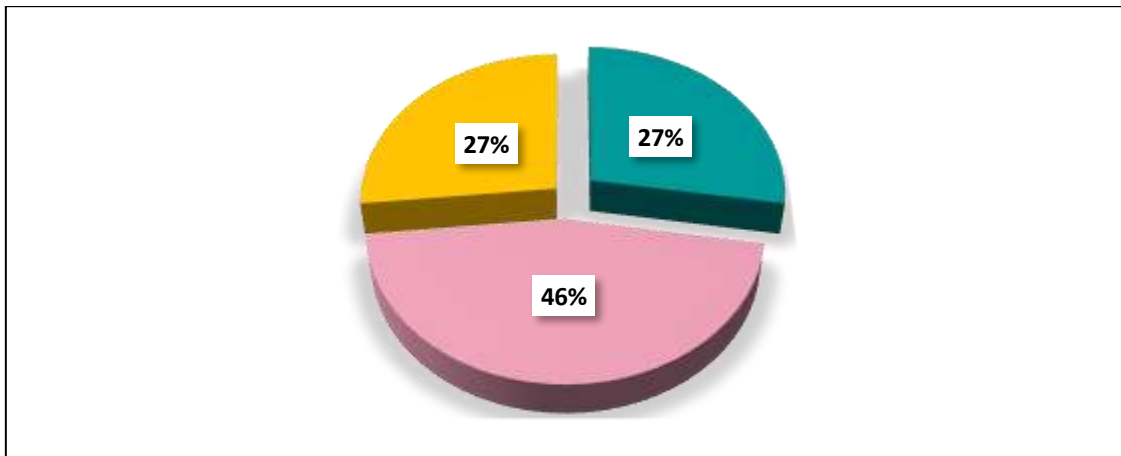
Tabla 1.-Medios audiovisuales

Elección	Prioridad	Participación
Televisión	90	28%
Internet	150	46%
Multimedia	87	27%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Díaz

Figura 1.- Medios audiovisuales



Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Díaz

Análisis. – La encuesta realizada revela que el 28% de los encuestados les gusta estar informados mediante la televisión, mientras que por el internet un 46% y por el sistema multimedia el 26%

Interpretación. – Existen diferencias a la hora de estar comunicado pero lo cierto es que una gran parte de personas prefiere estar comunicados mediante este tipo de medios audiovisuales utilizando lo último en tecnología que leer un periódico.

¿Cuál es su propósito al observar contenidos audiovisuales?

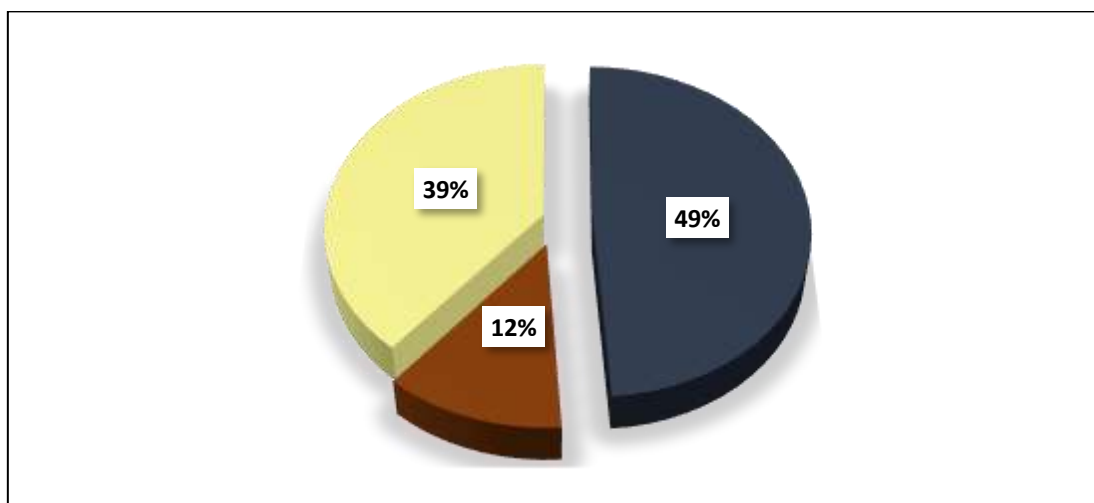
Tabla 2.-Contenidos audiovisuales

Elección	Prioridad	Participación
Entretenimiento	160	49%
Estar informado	40	12%
Ocio	127	39%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 2.-Contenidos audiovisuales



Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – Del total encuestado el 49% señaló que por entretenimiento mientras que 12% indica que lo hace para estar informado y un 39% lo hace pro ocio.

Interpretación. – Las personas acuden a este tipo de medios de comunicación como una forma de entretenimiento de pasar un rato a meno muchos confunden este pasatiempo y lo remplazan de mala manera por el afecto en el hogar algo que puede provocar problemas en un mediano plazo.

¿Qué impacto usted considera que causan los medios audiovisuales en la sociedad?

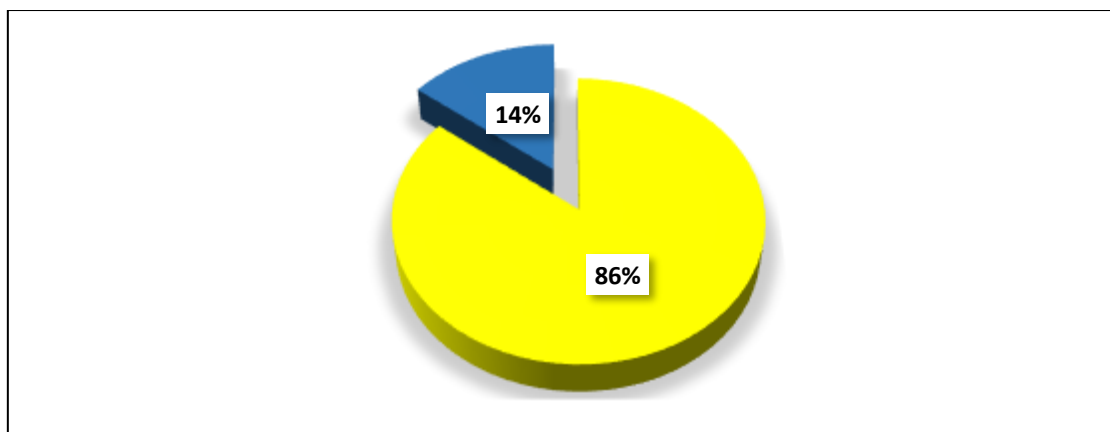
Tabla 3.-Impacto de los medios audiovisuales

Elección	Prioridad	Participación
Impacto negativo	280	86%
Impacto positivo	47	14%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Díaz

Figura 3.-Impacto de los medios audiovisuales



Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – El 86% de los encuestados señalan que los medios de comunicación audiovisuales son un impacto negativo para la sociedad en general, mientras que el 14% señala que no es así y que lo mal es el mal uso que le dan a estos medios y a la tecnología en general.

Interpretación. – Los medios de comunicación audiovisuales son un gran aporte la sociedad en general han permitido estar comunicado en cuestión de segundos beneficiando todo tipo de empresas o pequeño emprendimiento es por ello que es necesario darle un uso responsable este tipo de medios audiovisuales.

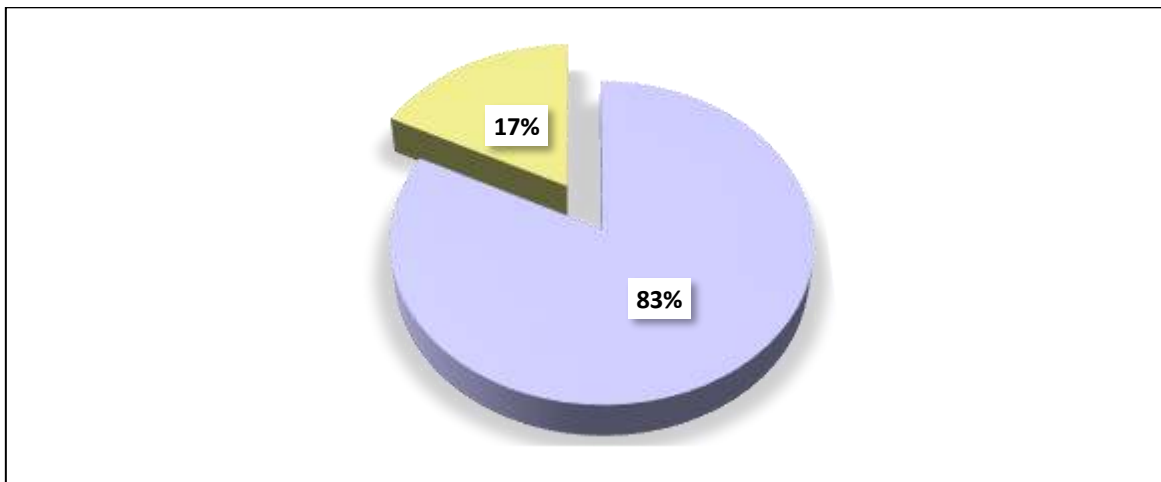
¿Crees usted que los medios de comunicación audiovisuales influyen en el comportamiento de las personas?

Tabla 4.- Influencia en el comportamiento

Elección	Prioridad	Participación
Si	270	83%
No	57	17%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 4.- Influencia en el comportamiento



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – Del total encuestados el 83% indica que sí que los medios de comunicación audiovisual si influyen en el comportamiento de las personas por la calidad de contenidos que muestran mientras que 17% indica que no tiene nada que ver.

Interpretación. – El contenido que es publicado por los medios audiovisuales no siempre es el apropiado lo que influye en los menores de edad debido a su madures no captan los mensajes y pueden tergiversar ciertas situaciones reflejándolas en la sociedad que no está de acuerdo en ciertos actos.

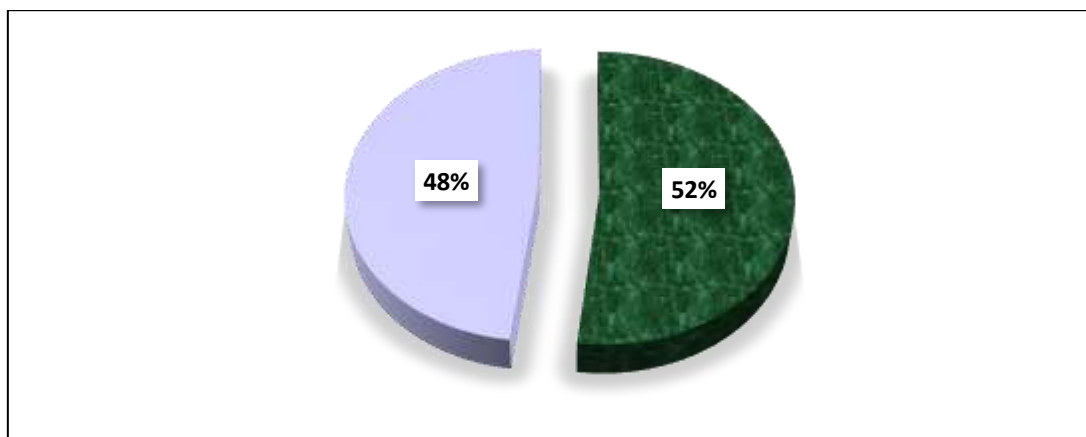
¿Conoce usted lo que es el desarrollo cultural?

Tabla 5.- Conocimiento

Elección	Prioridad	Participación
Si	170	52%
No	157	48%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 5.- Conocimiento



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Díaz

Análisis. –52% de las encuestas indican que la población si conoce lo que significa desarrollo cultural mientras que el 48% expresa que no.

Interpretación. – A través de la encuesta se pude observar que no es mucha la diferencia en quien sabe y no sabe lo que significa el desarrollo cultural es por ello que es importante mantenerse informado en cuanto a temas culturales de nuestro entorno.

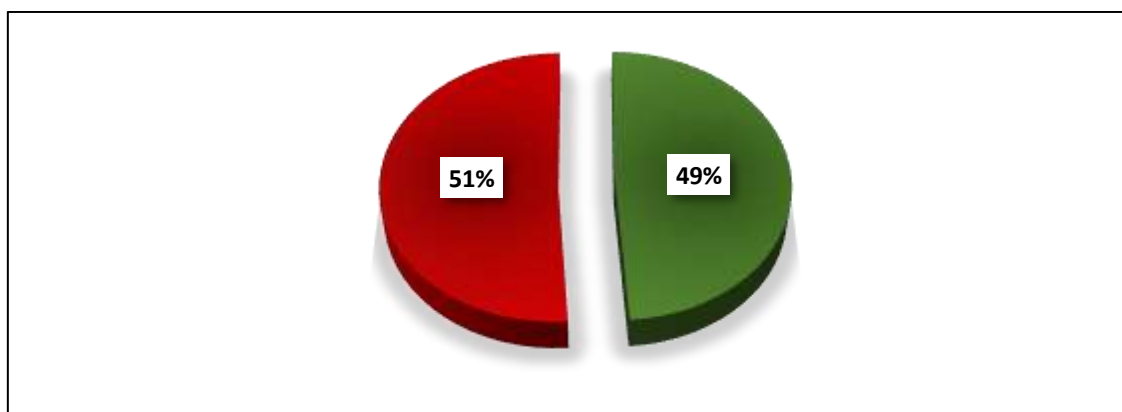
¿Considera usted que los medios de comunicación audiovisual promueven el desarrollo cultural?

Tabla 6.- Desarrollo cultural

Elección	Prioridad	Participación
Si	160	49%
No	167	51%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 6.- Desarrollo cultural



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – El 49% de los encuestados manifiestan que varios medios de comunicación si promueven el desarrollo cultural, mientras que el 51% que no es así y que los medios de comunicación optan por resaltar lo internacional que lo nuestro.

Interpretación. – Los medios de comunicación audiovisual son su vehículo muy importante para promover la cultura ancestral de cada pueblo los canales nacionales tienen la responsabilidad de dar a conocer nuestra riqueza cultural fomentando el turismo que beneficia el sector económico de cada pueblo.

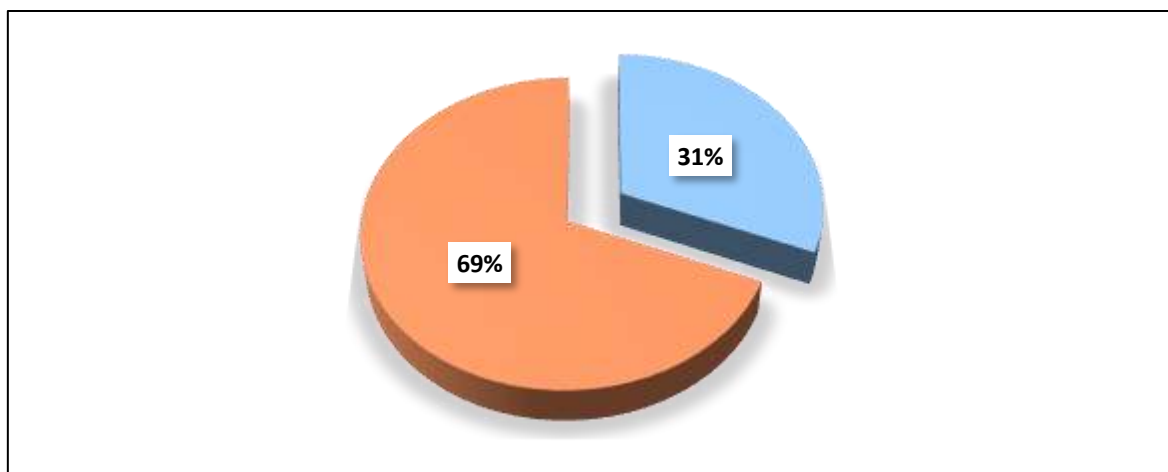
¿Cree usted que deberían existir una programación nacional más variada que resalte la cultura ecuatoriana?

Tabla 7.- Cultura ecuatoriana

Elección	Prioridad	Participación
Si	102	31%
No	225	69%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 7.- Cultura ecuatoriana



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Díaz

Análisis. – El 69% de los encuestado aducen que los medios de comunicación audiovisual deben incluir programación nacional que resalte nuestra cultura dándola a conocer a los demás, mientras que el 31% considera que no es necesario que con el tipo de programación que ahora están pasando está bien

Interpretación. – Los medios de comunicación audiovisual son una herramienta muy dinámica para promover el desarrollo y cultura de todos nuestros pueblos por ello es necesario que se considere en sus contenidos programación nacional exponiendo la belleza de nuestro país.

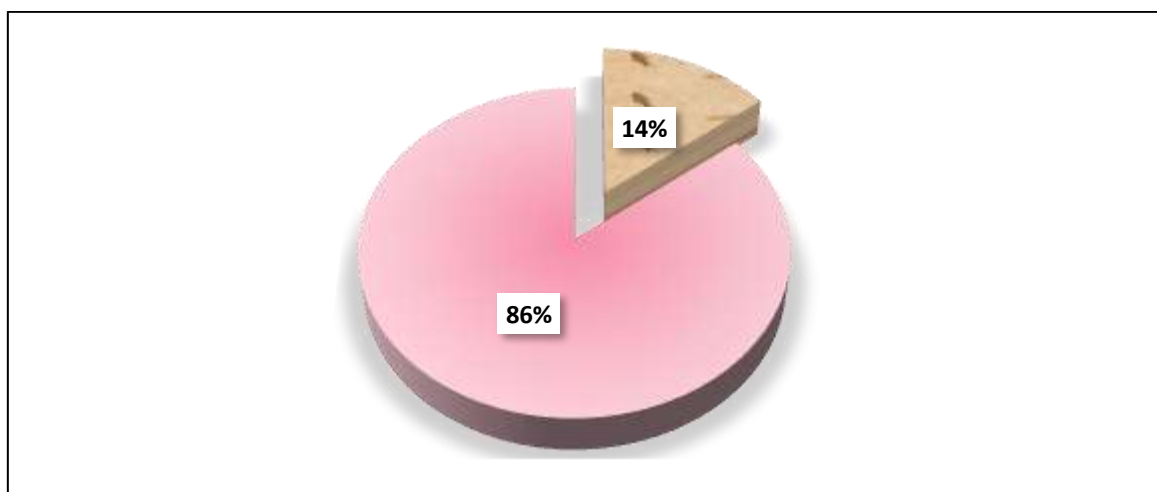
¿Considera usted que los contenidos audiovisuales son una buena fuente de aprendizaje?

Tabla 8.-Fuente de aprendizaje

Elección	Prioridad	Participación
Si	47	14%
No	280	86%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 8.-Fuente de aprendizaje



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – La encuesta realizada demuestra que el 86% del sondeo realizado en el sector dos de mayo consideran que los medios audiovisuales no son una buena fuente de información por la calidad de muchos de sus contenidos que son transmitidos, mientras que el 14% indica que si son una fuente confiable.

Interpretación. – Algunos medios de comunicación audiovisual se preocupan mucho por el mensaje que es transmitido al público e incluyen en su programación una programación fresca dinámica y cultura como un aporte a la sociedad en general.

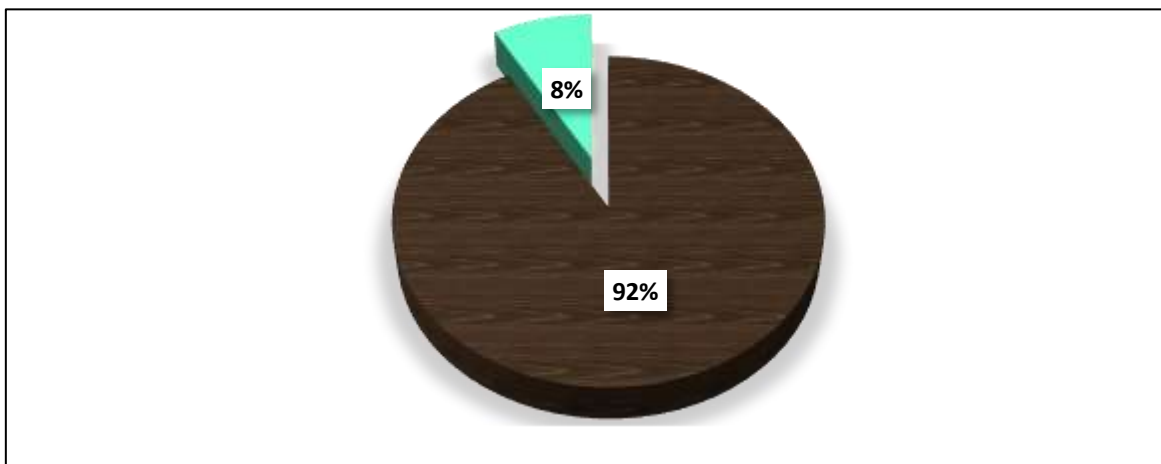
¿Cree usted que los medios de comunicación audiovisual influyen en la identidad cultural?

Tabla 9.-Identidad cultural

Elección	Prioridad	Participación
Si	300	92%
No	27	8%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 9.-Identidad cultural



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – 92% de las personas encuestadas consideran que los medios de comunicación si influyen en la identidad cultural sobre todo de las personas jóvenes ya que siguen patrones de comportamiento de personas que admiran a través de estos medios, mientras que el 8% manifiesta que no es así.

Interpretación. – Actualmente los medios de comunicación audiovisual juegan un rol importante en la sociedad son seguidos por millones de personas que siempre están pendiente de sus contenidos mostrados por ello implica responsabilidad de sus publicaciones que son expuestas al público.

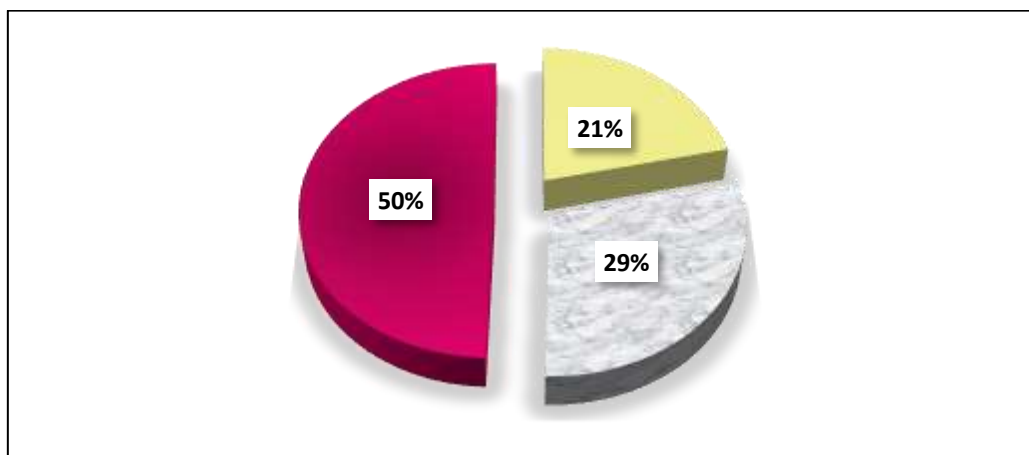
¿Cuántas horas al día usted el dedica a observar contenidos audiovisuales?

Tabla 10.-Observación

Elección	Prioridad	Participación
1 hora	70	21%
2 horas	95	29%
Mas de 3 horas	162	50%
Total	327	100%

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Figura 10.-Observación



Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Luisa Díaz

Análisis. – El 21 % de los encuestados revela que pasa una hora observando televisión, mientras que el 29% señala que lo hace más de dos horas y el 50% indica que pasa más de tres horas al día observando diferentes tipos de entretenimiento audiovisual.

Interpretación. – Es necesario que se utilicen los medios de comunicación audiovisual con responsabilidad y limitando el tiempo para que no interfiera en las relaciones interpersonales que pueden afectar en un corto o mediano plazo.

Entrevista realizada al Licenciado Guido Bricio Carriel

¿Qué opinión tienen usted sobre los medios de comunicación audiovisuales?

Mi opinión acerca de los medios comunicación audiovisuales es como la de muchos a favor de ciertas cosas y contra de otras, considero que no se debe satanizar a este tipos de medios es importante encontrar el lado positivo; si usted mira hace cinco años atrás la tecnología que gozamos ahora no la teníamos la forma de comunicarnos, conocer lo que sucede en el mundo entero y eso es importante, podemos realizar nuestro trabajo o cualquier trabajo, cerrar un negocio, comprar desde la comodidad de nuestra casa la tecnología nos permite gozar de muchos beneficios y tener más tiempo para compartir con nuestra familia es la responsabilidad nuestra el uso y el tiempo que le demos.

¿Considera que los medios de comunicación audiovisuales pueden influir en la conducta social de las personas?

Creo que, si la persona no tiene la madurez necesaria para saber analizar, evaluar algún tipo de información lo pueden hacer y no necesariamente tienen que ser jóvenes porque si usted observa las personas en edades que rondan los 40 años pasan largas horas conectados al mundo de las redes sociales viendo videos o algún tipo de entretenimiento entonces contestando a su pregunta si considero que pueden influir de alguna manera en las personas sin importar la edad que tengan.

¿Cree usted que los medios de comunicación ecuatoriana deben transmitir más programas de índole cultural?

Por supuesto es importante y debería ser una regla en cada país que como medios de comunicación transmitan la belleza cultural de nuestro país incluir videos para que las personas absorban este conocimiento, lamentablemente los medios de comunicación piensan más en el rating, que les produce franquicias internacionales y su programación en general casi total depende de programas internacionales.

¿Pueden los medios de comunicación audiovisual influir en el ámbito cultural de las personas?

Considero que si como le decía en la pregunta anterior cuando las personas no tienen la suficiente madurez son fácilmente influenciados hoy en día los medios de comunicación audiovisual realizan estudios para conocer las preferencias y tendencias del consumidor no se lanza un producto cualquiera al mercado si no lo que enganche a la gente y este a su vez encuentra cierta admiración de los patrones de conductas algunos nocivos influyendo de alguna manera en la identidad cultural de las personas.

¿Qué medidas consideran que deben tomar los medios de comunicación audiovisual que influyan en el desarrollo cultural de forma positiva?

Bueno se debería ir de forma ordenada y una de las principales es contar con el apoyo del gobierno nacional en que se gestionen más programas culturales netamente ecuatorianos que obtenga excelentes resultados, también producir programas con propuestas interesante para atraer a los auspiciantes irlos ampliando presentarlos al público como algo novedoso con un contenido donde incluya valores, convivencia respeto hacia los demás aprender a valorar nuestra cultura promoviendo y fortaleciendo las relaciones interpersonales con los demás.

¿Qué mensaje les diría a las personas que pasan largas horas observados contenidos audiovisuales?

Mi mensaje para la comunidad en general es que deben tener un control en el uso y observación de la tecnología es un cambio y ayuda en todos los aspectos de la vida, pero debemos utilizarla con prudencia, porque es más importante cuidar el afecto natural y las relaciones interpersonales que se dan en nuestro entorno y las cuales no se pueden remplazar con nada.

3.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.2.1. Específicas.

La investigación concluye que los contenidos que son transmitidos diariamente por los diferentes medios de comunicación audiovisual son netamente internacionales y que dejan muy poco espacio para los programas nacionales además que el tipo de contenido que estos transmiten tiene un lenguaje ofensivo escenas violentas donde se tratan temas delicados sin la orientación de un especialista que permita una mejor visualización de lo que se está presentando.

Se determinó que la parrillada de contenidos audiovisuales que se presenta diariamente por los diferentes medios influye en gran parte de forma negativa a sus telespectadores muchos de ellos no cuentan con la madurez necesaria y siguen patrones de comportamiento muy poco ortodoxo y que en contra de la moral y las buenas costumbres de la sociedad.

En la actualidad no existe una guía orientada en dar a conocer como los medios de comunicación audiovisuales pueden influir en el desarrollo cultural de las personas que efectos pueda tener el pasar demasiadas horas observando las diferentes opciones de entretenimiento

3.2.2 General

De acuerdo a la investigación realizada se establece que los medios de comunicación audiovisuales si influyen en el desarrollo cultural de las personas por ello es necesario concientizar los efectos negativos que estos pueden tener si no se tienen la suficiente madurez para analizar y evaluar los que se observa sin caer en la adicción de remplazar la comunicación efectiva con las demás personas.

3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES

3.3.1 Especificas

Se recomienda que las personas concienticen en lo que se observa en los medios de comunicación audiovisual que elijan una información más cultural donde puedan aprender y enseñar a sus familias a través de estos medios una información sustancial buena que eduque y transmita buenos valores en beneficio de todos.

Se sugiere que los padres de familia tengan más cuidado y control en el contenido que observan sus hijos a través de estos medios audiovisuales ya que mucho de estos contienen material violento, discriminatorio lo cual influye en la conducta sobre todo de los menores de edad que pasan largas horas de su tiempo en este tipo de entretenimiento.

Se propone que se desarrolle una campaña de información a hacer uso responsable de los medios audiovisuales fomentando el desarrollo cultural y dando valor a nuestra riqueza cultural a su preservación y cuidado

3.2.2 General

Se plantea que se realice una campaña de información sobre la influencia que pueden tener los medios de comunicación audiovisuales dando a conocer que el tipo de contenido producido no siempre es bueno que puede tener material no apto para menores afectando su desarrollo emocional.

CAPÍTULO IV. PROPUESTA TEORICA DE APLICACIÓN

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Alternativa obtenida

Para conocer cómo influyen los medios audiovisuales el proyecto se desarrolló en el sector dos de mayo del cantón El Empalme analizando el desarrollo cultural de sus habitantes el tiempo que pasan sumergidos en los diferentes sitios web, u observando el variado entretenimiento que estos sitios les ofrecen , se perpetuó la investigación, desde las primeras páginas se proyectó un análisis de la problemática en mención analizándolo desde un contexto internacional, nacional, institucional y local justificando la realización del tema quienes serían los principales beneficiado y los objetivos que se desean alcanzar mediante la investigación aportando con un propuesta alternativa de solución para la comunidad en general.

Para conocer más de cerca la problemática se recurrió al conocimiento científico que tratan el mismo tema de estudio permitiendo conocer de forma más amplia el problema y cómo afecta que las personas pasen demasiadas horas consumiendo este tipo de entretenimiento olvidándose de sus responsabilidades sociales, familiares y cómo influye en su identidad y desarrollo cultural.

Prosiguiendo la indagación del proyecto se aplicaron técnicas y métodos adecuado acordes a la investigación orientados por el docente tutor que nos ayudó con su conocimiento y preparar un cuestionario que fue aplicado en la población del sector dos de mayo donde se evidencio las causas y efectos que tiene pasar horas observando este tipo de entretenimiento como agobia y quiénes son sus principales afectados, también se conoció que las personas que huyen de la realidad y se refugian estos sitios presentan un tipo de conducta agresiva aislada, depresión y no son capaces de controlar sus emociones muchos de ellos sobre todo los jóvenes ya presentan problemas académicos por el cansancio que registran las largas horas observando este tipo de contenidos.

La investigación se proyectó para conocer varios puntos de vista donde se involucren profesionales que tienen un mejor y mayor conocimiento cómo se desarrolla la mente humana para ello se entrevistó a un comunicador que nos dio su punto de vista en cada una de las preguntas realizadas abordando la problemática y las posibles soluciones, donde nos indicó el tipo de entretenimiento que suele atraer más al público.

4.1.2. Alcance de la alternativa

Mediante la investigación efectuada se logró determinar la influencia que tienen los medios de comunicación audiovisual en el desarrollo cultural de las personas determinando que las personas que pasan demasiadas horas observando este tipo de entretenimiento sin restricción alguna presentan patrones de comportamientos violentos, se aíslan de los demás, no tienen una comunicación apropiada y abierta con sus familiares afectando sus relaciones interpersonales con todos los miembros de su entorno.

También se evidencia que al pasar observando este tipo de contenido audiovisual son absorbidos y adoptan costumbres como la manera de hablar, vestirse, comportarse siguiendo patrones de comportamiento de personas que ven a través de las pantallas.

El objetivo primordial de la investigación es tener un alcance alternativo crear conciencia en las personas sobre el uso de los diferentes dispositivos y el contenido que se ve a través de ellos con el propósito de valorizar sus costumbres, creencias religiosas, valores éticos y morales.

4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa

4.1.3.1 Antecedentes

Desde que el cine, la radio y televisión se constituyeron como el medio de transmisión desde cualquier parte del mundo, la comunicación audiovisual se colocó como un mediador de interés y un nuevo paradigma, un soporte y una manera de ganar audiencia para los mismos, y después adaptarse al contenido objetivo, publicitario y artístico, presentándose en diferentes verticales e incluso en la internet, ya que millones de usuarios

espectadores de vídeo online confían en las campañas audiovisuales, generan un negocio lucrativo, y hoy, por su influencia social, es parte de la vida cotidiana.

La comunicación audiovisual marcó un antes y un después en la manera de generar diálogo, expresar y vender, en la actualidad se ha posicionado alrededor del mundo como una nueva vía de desarrollo comercial por el alto consumo del mismo por parte de la sociedad, el ser humano de este nuevo milenio es atraído por todo aquello que contenga imágenes y sonidos, por ello es importante mencionar a los Millennials, la nueva generación de jóvenes cuyo manera de vivir es el estar conectado al internet y los cuales son atraídos a todo en cuanto a tendencias de comunicación compuestas por la tecnología.

Se debe dar mucha importancia a las redes sociales, al ser un medio o canal publicitario global y tener en cuenta la manera de generar contenidos persuasivos a la sociedad, es decir, que, al integrarse con la comunicación audiovisual, el uso de hashtags y maneras creativas de narración sean segmentados a diferentes tipos de suscriptores, dando el resultado deseado en cuanto a nuevos asistentes

La comunicación por antonomasia es una relación de intercambio y comprensión de signos, símbolos, códigos lingüísticos y sonoros dentro de un contexto cultural, en el que el emisor y receptor, deben de al menos tener las herramientas de decodificación para que exista la comprensión total de un mensaje o un patrón de contenidos.

En el ámbito del arte y la cultura, se da la misma relación y dinámica: una intencionalidad, un significado, un significante y una trascendencia de determinada práctica o producto cultural. Ahí la importancia de como la comunicación audiovisual, se transforma en un mecanismo mediador entre el artista - productor cultural, el producto cultural en sí mismo y el público que consume y hace circular tal contenido.

Resulta necesario comprender por qué ciertos contenidos o productos culturales se reproducen, circulan y calan más en el imaginario colectivo que otros, y esto implica en qué medida la comunicación audiovisual y su diversidad de estrategias, logran convertirse en un proceso pedagógico de mediación en la cual, se identifican sentimientos de pertenencia, de discrepancia y ruptura a los paradigmas sociales y de recreación del mundo a través de apropiación de un producto cultural.

La comunicación audiovisual en el marco de la ciencia, se ha colocado de forma innovadora ante los procesos de publicaciones y como el puente hacia una respuesta gestionable entre el trabajo científico y la sociedad, desempeña un papel fundamental ya que por medio de las demostraciones gráficas y los elementos que el diseño multimedial presenta, los comentarios que genera, la acogida que recibe el producto audiovisual, permiten conocer las expectativas de un grupo social por medio de un patrón de comunicación ético, esto fortalece el desarrollo de los estudios sociológicos, psicológicos y semánticos.

De forma incipiente y desde el punto de vista social, la comunicación audiovisual es efectiva al producir el diálogo, la participación y la toma de conciencia hacia las personas, y desde la estructura tecnológica, se presenta en la revolución de la información, los componentes gráficos-auditivos se conforman con las múltiples plataformas online, desde la web y dispositivos móviles, estos preponderan en la sociedad y en su toma de decisiones, (Pincay, 2019).

4.1.3.2 Justificación

La presente propuesta se justifica por la importancia que tienen hoy en día los medios de comunicación audiovisuales y la influencia en el desarrollo cultural de las personas, durante el proceso de investigación se observó que ciertos habitantes del sector dos de mayo del cantón El Empalme tienen dificultades en su comportamiento optan por vestirse de forma extravagante llamando la atención de los demás, cambian su forma de hablar, comportarse adquieren conductas variadas cambiando sistemáticamente en cuestión de minutos.

La propuesta que se presenta es una guía de orientación que hace hincapié a la reflexión que mediante este documento se desea transmitir un mensaje de poder llegar a la mente de las persona sobre todo de los jóvenes y que tomen conciencia el tiempo de sus vidas que desperdician al pasar largas horas riendo, llorando o entrando a estado depresivos por causa de una programación que está muy bien manejada con objetivos muy claro que es el captar la atención del consumidos y hacer que este vuelva nuevamente por más.

A lo largo del estudio se dio a conocer las causa y efectos que tienen los medios de comunicación audiovisual sobre el desarrollo cultural de las personas también se incluye una propuesta que será de ayuda y reflexión para padres que tomen el control de lo que sus hijos ven, evitando de esta manera cualquier tipo de alteración en su desarrollo emocional, social, educativo o cultural.

4.2. OBJETIVOS.

4.2.1 Objetivo general

✓ Desarrollar una campaña que concientice el buen uso medios de comunicación audiovisual contribuyendo a la conservación del desarrollo cultural.

4.2.2. Objetivos específicos

✓ Determinar los medios de comunicación que se van a utilizar para el desarrollo de la propuesta presentada.

✓ Indicar la información que se va a incluir slogan de la propuesta captando la atención de los moradores del sector.

✓ Establecer el tipo de estrategias serán aplicadas su alcance y aporte en el del desarrollo cultural.

4.3. ESTRUCTURA GENERAL DE LA PROPUESTA

4.3.1. Título

✓ Desarrollo de una campaña que concientice el uso responsable de los medios de comunicación audiovisual contribuyendo a la conservación del desarrollo cultural.

4.3.2. Componentes

- ✓ Lograr determinar qué tipo de medios de comunicación se van a utilizar para el desarrollo de la propuesta presentada evaluando los pros y contras que puede tener los resultados finales.

- ✓ Revelar que tipo de información se va a incluir slogan de la propuesta para captar la atención de los moradores del sector dos de mayo el objetivo es que los moradores se interesen en el contenido de la propuesta y concienticen el uso responsable de estos medios

- ✓ Establecer qué tipo de estrategias se implementarán su alcance y aporte en el desarrollo cultural es el objetivo de la propuesta la contribución que tiene el proyecto en la sociedad.

Ley orgánica de comunicación

Art. 1.- Esta ley tiene por objeto desarrollar, proteger, promover, garantizar, regular y fomentar, el ejercicio de los derechos a la comunicación establecidos en los instrumentos de derechos humanos y en la Constitución de la República del Ecuador.

Además, el objeto de esta Ley comprenderá la protección del derecho a ejercer la libertad de expresión, y a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole a través de medios de comunicación.

Concordancias:

Art. 3.- Contenido comunicacional. - Para los efectos de esta ley, se entenderá por contenido todo tipo de información u opinión que se produzca, reciba, difunda e intercambie a través de los medios de comunicación social.

Art. 4.- Contenidos personales en internet. - Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las

acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

Art. 6.- Alcance territorial de los medios de comunicación social. Los medios de comunicación social adquieren carácter nacional cuando su cobertura, publicación o circulación, según corresponda, llegue a más del 30% o más de la población del país, de acuerdo al último censo nacional.

Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo. (Cordicom, 2015).

Art. 10.- Normas deontológicas

Art. 11.- Principio de acción afirmativa. - Las autoridades competentes adoptarán medidas de política pública destinadas a mejorar las condiciones para el acceso y ejercicio de los derechos a la comunicación de grupos humanos que se consideren fundadamente, en situación de desigualdad real; respecto de la generalidad de las ciudadanas y los ciudadanos.

Art. 14.- Principio de interculturalidad y plurinacionalidad.- El Estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derechos a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades; a fin de que éstas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua, con la finalidad de establecer y profundizar

progresivamente una comunicación intercultural que valore y respete la diversidad que caracteriza al Estado ecuatoriano.

Capítulo II Derechos a la comunicación

Sección I Derechos de libertad

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Art. 21.- Responsabilidad civil. Será civilmente responsable por las indemnizaciones y compensaciones a las que haya lugar por el incumplimiento de la obligación de realizar las rectificaciones o réplicas o por las afectaciones a los derechos humanos, reputación, honor y el buen nombre de los afectados, la persona natural o jurídica a quien se le puede imputar la afectación de estos derechos, previo al debido proceso.

Art. 22.- Derecho a recibir información de calidad. - Todas las personas tienen derecho a que la información de relevancia pública que reciben a través de los medios de comunicación sea verificada, contrastada, precisa y contextualizada. La verificación implica constatar que los hechos difundidos efectivamente hayan sucedido. La contrastación implica recoger y publicar, de forma equilibrada, las versiones de las personas involucradas en los hechos narrados, salvo que cualquiera de ellas se haya negado a proporcionar su versión, de lo cual se dejará constancia expresa en la nota periodística, (Cordicom, 2015).

Factibilidad de la propuesta

La propuesta que se presenta tiene objetivos claro que es dar a conocer los efectos que puede causar si no se controla y se concientiza en la información que se observa a través de los medios de comunicación audiovisuales, en la actualidad el ser humano goza muchas libertades que no podía realizar antes, una de ella es el poder estar comunicado, informado de lo que sucede en el mundo en cuestión de segundo, u observar de forma directa tales acontecimientos que han sido de impacto para la sociedad.

La finalidad de la propuesta es que se reflexione sobre el tiempo que se le dedica a estar conectado observando el variado entretenimiento que le ofrecen estos medios, tiempo que puede ser muy bien utilizado para otras labores más dinámicas sociales que aporte a nuestro desarrollo y crecimiento personal.

El cómo la tecnología absorbe a las personas jóvenes y adulto es preocupante la adicción que causa el celular ha influido en todas las áreas del entono social si bien este tipo de tecnología tienen múltiples beneficios el poco control del ser humano incide en que se le dé un mal uso y se culpe de muchos de los problemas actuales, siendo que la verdad es otra.

El presente documento plasma técnicas y métodos adecuado para desarrollar una campaña de información y reflexión para todas las personas sin importar la edad ni genero el objetivo es que los moradores del sector dos de mayo puedan observar estos medios pero que analicen la información que estos les transmiten, que no se dejen influir en su desarrollo cultural como su conducta, convivencia con las demás personas, relaciones sociales, valores, lenguaje adoptando patrones de comportamiento que no van de acuerdo a nuestra cultura y otros casos a la edad de algunos jóvenes.

Impacto social

Se espera que la propuesta cause un impacto positivo que ayude a los jóvenes a utilizar los medios de comunicación audiovisual para su beneficio que es el de aprender más de culturizarse dando la importancia y el respeto a nuestra cultura determinando su importancia en preservarla, mostrarla a las nuevas y futuras generaciones.

Los medios de comunicación audiovisual influyen en las personas de forma positiva o negativa si se presenta buenos contenidos que incluyan valores éticos morales se causará un impacto positivo en la conducta comportamiento esto debido a que son muy utilizados por las personas consumiendo visualmente todo lo que estos medios les presentan, y si por lo contrario presenta un contenido agresivo donde la violencia un vocabulario soez es utilizado influirá de forma negativa sobre todo en los más jóvenes que imitaran lo que observan adoptando comportamientos no aptos ni propios de su edad.

La propuesta busca un balance obteniendo lo mejor que presenta los medios de comunicación audiovisual, que sea el público el que seleccione el tipo de entretenimiento que desean leer, observar o escuchar analizando y evaluando lo que les permiten ingresar a su mente y el buen uso que se les va dar concientizando siempre en que los buenos valores conducen al desarrollo y la comunicación afectiva en nuestro entorno y al buen vivir de todos de manera armoniosa.

Análisis de los medios de comunicación en la cultura de los pueblos

En la difusión de la cultura, los medios de comunicación audiovisuales: emisoras de radio y televisión, Internet, prensa alternativa, cine, medios comunitarios y otras, prensa escrita, eventos culturales y deportivos, etc., tienen un rol muy importante. Entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica. Forman parte del aparato ideológico del estado y ambas se encargan de presentar a las gentes la "realidad" y valores concordantes con la ideología de la clase dominante.

En los últimos tiempos hemos sido testigos de un desarrollo y avance en los Medios de comunicación audiovisuales que no nos hubiésemos imaginado hace algunos años. Este progreso se ha ido dando paralelamente al proceso de globalización en el desarrollo social. La globalización abarca todos los ámbitos y esferas de la sociedad, desde la base económica a la superestructura de la sociedad. Superestructura en la cual la cultura forma parte importante y que siendo un concepto tan amplio y abarcando tantas esferas y ámbitos de la vida, es la que más llega a la gente. En este sentido es importante que los valores y los conceptos culturales que recibimos a través de los diferentes medios de comunicación sean un aporte al desarrollo del ser social es decir del individuo y promuevan el enriquecimiento de la conciencia social de la humanidad.

Una conciencia donde los valores de la solidaridad contrarresten el egoísmo y el individualismo, donde el amor a la naturaleza nos conlleve a cuidarla y a vivir en armonía espiritual con ella, donde los recursos naturales sean concebidos y entendidos como recursos de toda la humanidad y a partir de esta concepción defenderla de quienes guiados por el egoísmo y ansias de dinero arrasan con los recursos naturales sin detenerse a pensar en las consecuencias que acarrearán para nosotros que los árboles de las selvas amazónicas formen parte de la cadena ecológica, que los elementos químicos que arrojan al mar envenenan y mata a la fauna marina y que los animales que muchas veces elimina y mata indiscriminadamente también forman parte de la cadena ecológica. Es importante que los conceptos y valores culturales que los medios de comunicación nos muestran y nos entregan a diario sean una canción a la naturaleza y a la vida, una apología a la paz y un no a la guerra.

En el siglo XXI en el que el desarrollo de los medios de comunicación audiovisual y el proceso de globalización marcan la tendencia del desarrollo social, las ideas y los conceptos que éstas encierran tienen un papel de primer orden. Es en este sentido que se necesita una cultura donde los derechos de la mujer en igualdad con los derechos del hombre deben estar en primer plano, y donde los derechos de los niños deben ir de la mano con los derechos de la mujer. Se debe ofrecer una cultura donde esté presente como algo fundamental la tolerancia, comprensión, respeto y aceptación a la diversidad sexual, y dar al derecho a la libre elección de la opción sexual la categoría y connotación de uno de los principales derechos humanos.

La humanidad necesita una cultura donde los valores de amor hacia el prójimo, de igualdad social, de solidaridad y de democracia sean los elementos que contribuyan a la formación de las nuevas generaciones del siglo XXI. En la entrega de esta cultura, los medios de comunicación juegan un papel relevante y de primer orden. Es por eso que entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica. Esta relación dialéctica también se da entre la base económica y la superestructura de la sociedad. La superestructura es dependiente de la base económica en cuanto a que es ésta la que determina la superestructura política e ideológica de la sociedad, (Robledo, 2017).

Importancia de los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad actual

El sector audiovisual está siendo parte de la economía y el empleo, en todo el mundo, hay muchas empresas y agencias que se dedican a este trabajo, incluso hay eventos que otorgan premios a los anuncios que mejor han sido realizados, tanto así, que lo que ahora es un motor de ventas, son los spots publicitarios en televisión y redes sociales, con una duración de 30 a 40 segundos, en los que, por la manera de interactuar con los receptores y presentar el producto o servicio, genera una cuantiosa ganancia a las entidades que contratan para realizar la campaña.

La importancia de los medios masivos de comunicación que se han imperado hoy en día, es la facilidad de estos de extender el consumo de un producto o servicio, el canal de promoción resulta efectivo si es incluido en una campaña audiovisual, ya que será de apoyo para un proyecto de tal magnitud, si una animación multimedia describe a una propuesta como una solución y ventajas a través de elementos visuales, los medios publicitarios apresuran y dan razones para que sea adquirida o consumida lo antes posible, son medibles y permiten que el resultado sea evaluado por medio de los reportes que señalan la reacción del público, ante tales enunciados, se puede notar la fuerza de la propagación de un medio y su facilidad para cultivar en un público colectivo la relación, apego, identificación y empatía hacia una marca o comunidad, (Pincay, 2019).

Factibilidad Financiera

El presupuesto para proseguir con la elaboración de la propuesta, es contemplado con un bajo margen de gasto, claramente cómo se señala, el proyecto es netamente digital, dado que es audiovisual, por lo cual en su mayoría se usarán herramientas digitales como los softwares ya expuestos y un ordenador, es decir que no se necesitará materiales físicos, al tanto del poco costo de inversión, se concibió esta proyección que es factible, porque será beneficioso para la comunidad y está situado en el eje tecnológico.

Etapas de desarrollo de la propuesta

Especificaciones Técnicas

La propuesta se elaborará mediante la utilización de herramientas digitales que nos permiten crear los crípticos, folletos evaluando el contenido de la propuesta que se aplicara en cada una de las estrategias con la finalidad de captar la atención de los habitantes del sector dos de mayo

Se creará u logo mediante el cual nos logren identificar de forma inmediata y cuál es nuestro propósito mediante la presente campaña.

Operativa

Cada una de las operaciones que se realizaran a través de la propuesta están debidamente controladas y estudiadas su contenido que permitirá obtener un mayor alcance con un mensaje claro para que capten la idea de forma inmediata de lo que se trata de explicar mediante la campaña publicitaria.

Económica

Para la realización de la presente propuesta se ha determinado un presupuesto mínimo ya que todas sus actividades son ejecutadas a través de las herramientas tecnológicas de propiedad de la autora, la misma que correrá con los pequeños gastos que se presenten para realizar algún incentivo extra que se dese entregar en la campaña publicitaria.

Medios a utilizar

Para elaborar el medio impreso se necesitarán los siguientes medios:

Grabadora de audio. - Herramienta que sirve como soporte y es imprescindible para grabar las entrevistas que se emitirá en la revista.

Cámara fotográfica. - Las imágenes son importantes en un medio impreso, por ello se la utilizará para captar las mejores tomas.

Computadora. - Será necesario para recopilar los datos, archivar y redactar las diferentes notas para la revista cultural.

Descripción de la propuesta

La propuesta está encaminada a brindar información sobre la influencia que tienen los medios audiovisuales a través de sus contenidos sus efectos en el desarrollo cultural de los jóvenes los cuales ya se han visto cambios notorios en los últimos tiempos como su forma de hablar, vestirse, conducta repercutiendo en su desarrollo social, laboral, emocional, educativo debido que a mucho del contenido que es emitido a través de estas cadenas informativas contienen material nocivo al cual el público tienen libre acceso de verla y volver a verlas las veces que ellos consideren necesario.

Al plantear esta campaña de concientización en los moradores del sector dos de mayo del cantón El Empalme crea una alerta de seguridad y una meditación en el tiempo que se le da a estos dispositivos y sus contenidos también es un llamado de atención para que los padres controlen a sus hijos ya que los menores son los más afectados volviéndose codependiente de estar navegando por el mundo cibernético que este ofrece y que no siempre tiene información positiva que les ayude en su desarrollo intelectual.

**DESARROLLO DE UNA CAMPAÑA QUE
CONCIENTICE EL USO RESPONSABLE DE LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
CONTRIBUYENDO A LA CONSERVACIÓN DEL
DESARROLLO CULTURAL.**



AUTORA

MARÍA LUISA DIAZ MENDOZA

Etapas de la propuesta

Objetivo de la campaña

Realizar una campaña de concientización en los moradores del sector dos de mayo promoviendo el buen uso de los medios de comunicación audiovisuales analizando los efectos que estos tiene en el desarrollo cultural y los cambios sociales que producen cuando no existe un autocontrol del tiempo ni del contenido que se pasa observando.

Público objetivo de la campaña

- ✓ Sector dos de mayo del cantón El Empalme
- ✓ Género masculino y femenino
- ✓ Público objetivo sin edad género o condición social

Análisis del público objetivo

Cambios en su desarrollo cultural

- ✓ Incorporan un lenguaje coloquial diferente a la cultura nuestra
- ✓ Cambios de conductas
- ✓ No se relacionan de forma abierta con las demás personas
- ✓ Su vestuario es llamativo y extravagante seguido los patrones de quienes observan a través de los medios audiovisuales.
- ✓ Carecen de afecto
- ✓ Insensibilidad ante diferentes situaciones

- ✓ Cambio de ideas ante la sociedad
- ✓ Pérdida de valores y respeto por los demás
- ✓ Tienden a gastar económicamente más de lo necesario para aparentar
- ✓ Desarrollan comportamientos agresivos y defensivos.

Efectos de un buen razonamiento de lo que se observa en los medios de comunicación audiovisuales.

- ✓ Valores ideológicos bien posesionados
- ✓ Amor y preservación por su cultura
- ✓ Respeto por las creencias religiosas ancestrales de otras culturas
- ✓ Desarrollo de valores
- ✓ Amor propio por sí mismo y por los demás
- ✓ Buena convivencia con los demás

Medios de comunicación que se van a utilizar para la campaña de la propuesta

- ✓ Facebook
- ✓ Instagram
- ✓ Youtube
- ✓ Folletos

- ✓ Trípticos
- ✓ Anuncios en periódicos
- ✓ Anuncio es medios escritos
- ✓ invitación de forma personal
- ✓ Camisetas
- ✓ Periódicos murales

Logotipo de la campaña



El logotipo de la campaña tiene colores fuertes con el objetivo de captar la atención del público a quién va dirigido el mensaje, por ello se escogió un mensaje sencillo transmitiendo la idea de lo que se desea lograr en la reflexión de la utilización de los medios audiovisuales

Análisis FODA de la campaña publicitaria

<p>Fortalezas</p> <p>Capacidad de dominio</p> <p>Tecnologías de información</p> <p>Recurso didáctico y material disponible para compartir con los asistentes.</p> <p>Mejoramiento continuo</p> <p>Nuevas ideas a implementar en la propuesta.</p>	<p>Oportunidades</p> <p>La campaña puede ser nuevamente utilizada en otro sector</p> <p>Captar la atención del espectador</p> <p>Participación</p> <p>Permite el aprendizaje autónomo e interactivo</p>
<p>Debilidades</p> <p>Poca experiencia</p> <p>Inasistencia</p> <p>Mayores exigencias en la información brindada</p> <p>Personal que nos ayude en el desarrollo de la propuesta</p>	<p>Amenazas</p> <p>Dificultad para desarrollar el contenido de la propuesta</p> <p>Poco tiempo para cumplir los objetivos planificados</p> <p>Solución realmente compleja</p> <p>Sensibilidad a tocar temas sociales</p>

Matriz de alternativa

Medio a utilizar para la propuesta	Objetivo	Acción Especifica	Publico meta	Respuesta esperada
<p>Producción de un video que será difundido por youtube</p> <p>Creación de una página para concientizar el buen uso de los medios audiovisuales a través de Facebook</p> <p>Camisetas entregadas a quienes más participen y capten la idea de la propuesta</p> <p>Trípticos para hacer llegar el mensaje a los jóvenes</p> <p>Periódicos murales colgados en los</p>	<p>Desarrollar una campaña que concientice el buen uso medios de comunicación audiovisual contribuyendo a la conservación del desarrollo cultural</p>	<p>Difundir y dar a conocer las causas y efectos que tiene la dependencia de los medios audiovisuales en nuestras vidas alterando el desarrollo cultural en nuestro entorno</p>	<p>El público meta, no es posible definirlo, porque la difusión será para todo público</p>	<p>Se aspira que el 90% de las personas reflexiones en el uso que le están dando a los medios audiovisuales y las repercusiones que tienen estos en nuestras vidas</p>

planteles educativos				
-------------------------	--	--	--	--

Fuente: Sector dos de mayo

Elaborado por: María Díaz

Desarrollo de la campaña

Audio-videos




Estrategia a desarrollar

Nuestra campaña de difusión

Actualmente youtube es una de las plataformas más visitadas en el mundo cibernético por las opciones de entretenimiento que este ofrece donde se puede observar todo tipo de contenido a diarios lo cuales son subidos por los influencers que siempre quieren tener más visitas en sus canales. Aprovechando sus ventajas se creará un video publicitario para informar las ventajas y desventajas en el tema cultural que tienen los medios de comunicación audiovisual.


Campaña publicitaria a través de un canal de youtube

ELEMENTO DE ANÁLISIS	OBSERVACIONES	OTRAS ANOTACIONES
Conductora	María Luisa Díaz	
Titulo	“EL peligro silencio de los medios audiovisuales”	
Contenido del video	<p>Que son los medios de comunicación audiovisual</p> <p>Como influyen en las personas estos medios</p> <p>Porque seguimos patrones de comportamiento de las personas que observamos a través de estos medios</p>	<p>Música</p> <p>Sexting</p>

	<p>Peligros que podemos encontrar en la web</p> <p>Son los medios audiovisuales capaz de hacer que cambiemos nuestra cultura</p> <p>La grabación de video empezará con un saludo afectuoso luego dará a conocer de qué se trata el tema se tendrán invitados especiales para que nos ayuden con una información más profesional con nada uno de los temas que se han presentado.</p>	<p>Segunda parte del video continua con la</p> <p>Música</p> <p>Sexting:</p>
Personajes	María Luisa Díaz	En cada video se realizará una entrevista con un invitado especial de acuerdo al tema que se está tratando
Tema a presentar	Los peligros de los medios audiovisuales	
Duración del video	20 min, 45 seg.	
Fecha de publicación	-	
Respuesta	Se determinará el número de aceptación a través de los comentarios que son emitidos por quienes observen el video	
Categoría	Información	
Objetivo que se desea lograr	Capacidad de análisis y reflexión sobre el espacio que le estamos dando en nuestra vida a los diferentes medios de comunicación.	

Fuente: Sector dos de mayo
Elaborado por: María Díaz

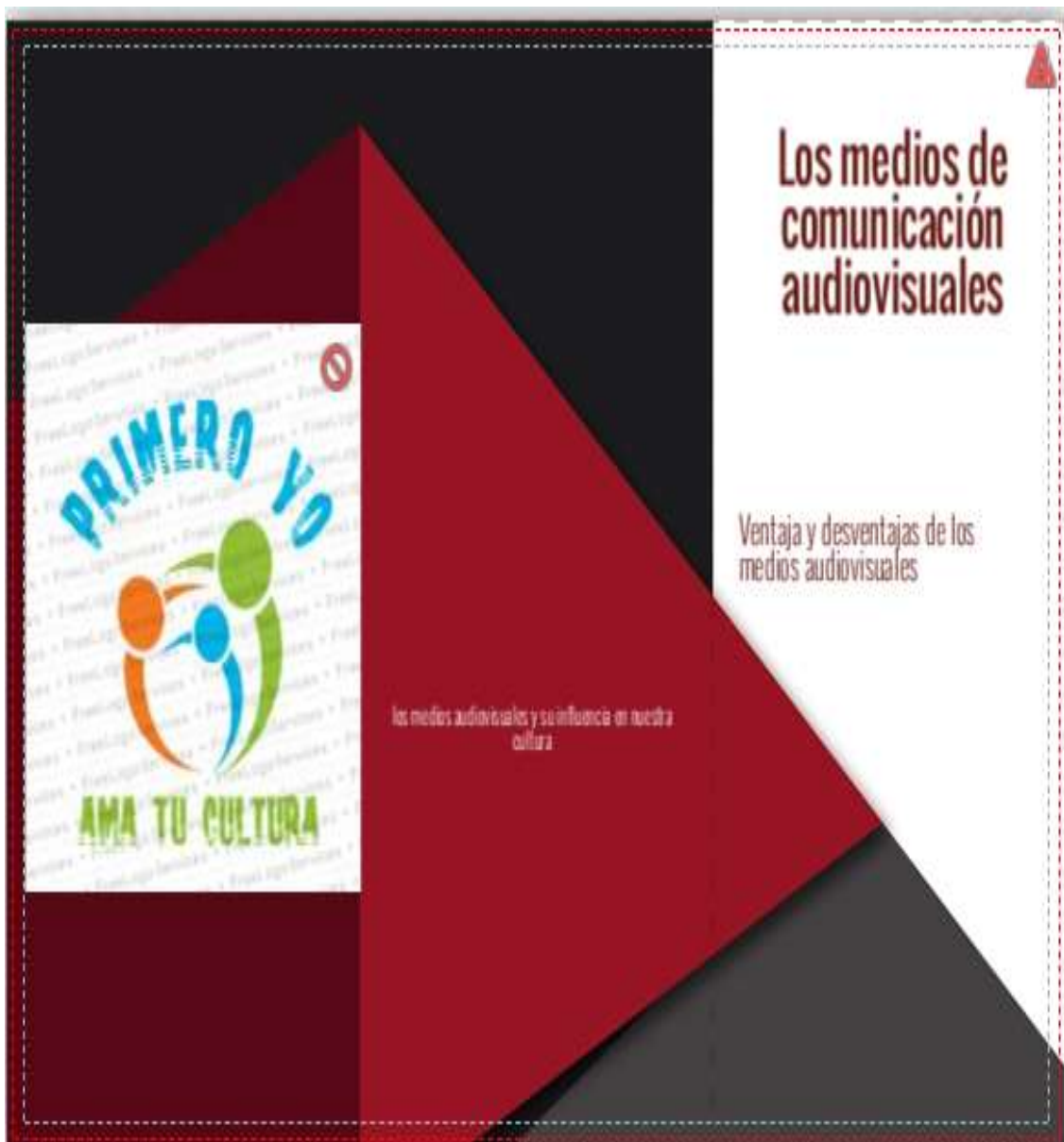
Campaña publicitaria a través de un canal de youtube

ELEMENTO DE ANÁLISIS	OBSERVACIONES	OTRAS ANOTACIONES
Conductora	María Luisa Diaz	
Titulo	“Qué tipo de daños causa pasar observando contenidos audiovisuales”	
Contenido del video	<p>Efectos de los medios audiovisuales en las personas.</p> <p>Cambios de conducta de los menores</p>	<p>Música</p> <p>Sexting</p>

	<p>Cambios culturales</p> <p>Pérdida de valores</p> <p>Dependencia y ansiedad</p>	<p>Segunda parte del video continua con la</p> <p>Música</p> <p>Sexting:</p>
Personajes	María Luisa Díaz	En cada video se realizará una entrevista con un invitado especial de acuerdo al tema que se está tratando
Tema a presentar	Los peligros de los medios audiovisuales	
Duración del video	20 min, 45 seg.	
Fecha de publicación	-	
Respuesta	Se determinará el número de aceptación a través de los comentarios que son emitidos por quienes observen el video	
Categoría	Información	
Objetivo que se desea lograr	Capacidad de análisis y reflexión sobre el espacio que le estamos dando en nuestra vida a los diferentes medios de comunicación.	

TRÍPTICO

Los trípticos empleados de la campaña de información sobre el buen uso de los medios de comunicación audiovisuales nos permitirán llegar a más personas ya que se los repartirá en la calle, colegio del sector dos de mayo concientizando a la reflexión del uso adecuado no dejándose influir por el contenido de estos medios y preservando nuestra cultura.



Camiseta para la campaña

Se realizarán camisetas que serán entregadas a varios de los participantes de la campaña se de color blanco cuello redondo y traerá el logotipo de la campaña con la cual nos identificamos de forma inmediata el presupuesto para estas camisetas está considerado en el presupuesto general de la campaña.



Redes sociales

Para captar la atención se llevará a cabo la propuesta mediante las redes sociales más populares en las que se encuentran Facebook creando una página con información a diario sobre las ventajas y desventajas que tienen los contenidos de los medios audiovisuales que programas son más educativos y que nos permitirán aprender más, también se utilizará Instagram, Twitter que son redes sociales a las cuales los jóvenes acuden constantemente.



Periódico mural

Al utilizar periódico mural en las instituciones se está aportando de una gran manera los jóvenes por naturaleza son curiosos y le atraerá leer la información que será repartida en partes iguales con un contenido específico.



Objetivos del periódico mural

- ✓ Fomentar el dialogo
- ✓ Integración con los demás compañeros
- ✓ Análisis y dominio propio del tema

- ✓ Aportar con ideas de solución al problema ad estudio

- ✓ Desarrollo de creatividad

- ✓ Mejorar de las relaciones interpersonales fomentando los buenos valores

4.4 Resultados esperados de la alternativa

La propuesta presentada y desarrollada de la campaña de concientización sobre el uso responsable los medios de comunicación audiovisual tiene objetivos definidos donde se espera que las personas capten el mensaje lo apliquen en sus vidas y de sus familias de la mejor manera, si bien es cierto la tecnología es utilizada en todos los ámbitos de nuestro entorno es responsabilidad nuestra lo que observamos a través de ella, somos personas con un raciocinio y conciencia para determinar qué información es buena y mala cual nos ayuda o nos pueden influir de alguna manera la decisión es propia sobre el contenido que queremos observar.

El contenido de la campaña tiene mensajes claros y cortos con un propósito que se espera que se hagan realidad fue previamente estructurada, cada uno de las estrategias analizadas determinando el control y diagnóstico que se desea lograr.

Después de una observación minuciosa se concluyó que gran parte de los moradores del sector dos de mayo recibieron la propuesta como un gesto positivo porque están consciente de la adicción que pueden tener la tecnología causando estrago sobre todo en la juventud que no tiene la madurez necesaria para percibir la información, afectando su desarrollo emocional relaciones interpersonales, su desempeño en el trabajo o su calidad educativa por lo tanto es un tema que preocupa que en un mediano plazo puede tener efectos nocivos para todo el entorno de la sociedad.

Bibliografía

- Aabundiss. (2017). La Producción Audiovisual. Colombia: abundiss.com/la-produccion-audiovisual.
- Amangandi, W. (2015). Producción audiovisual y la difusión turística del centro histórico de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, periodo 2013-201. Ecuador: Universidad Estatal De Bolívar .
- Ancin, I. (2018). Observación de los contenidos audiovisuales y digitales que consumen los millenials. Panama: eumed. net/rev /atlante/ 2018/08 /contenidos audiovisuales-millenials.
- Angulo, S. (2018). Televisión y periodismo comunitarios en la ruta del desarrollo humano. Peru: Universidad de Lima.
- Barros, C., & Barros, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. Colombia :
- Beltran, G., & Pillaga, M. (2015). Impactos culturales de los medios de comunicación en la comunidad de Huayrapungo (San José de Masanqui), Cantón Cañar” . Cuenca : Universidad De Cuenca .
- Chiguasuque, J., Lozano, H., & Guayara, D. (2018). La tolerancia reflejada en programas televisivos: presencia o ausencia de la tolerancia como valor en la serie Los Simpsons” y en el reality “protagonistas de nuestra tele” en la televisión colombiana . Colombia: universidad de la Salle.
- Ellison, M. (2017). Cómo expresar identidad cultural. Madrid: ehowenespanol .com/ expresar -identidad- cultural-como.
- Gómez, N. (2015). Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia. Medellín: Universidad Internacional de Andalucía.

- Grao, C. (2015). El lado positivo de la televisión. peru: enpositivo.com/2013/10/el-lado-positivo-de-la-television/.
- Grave, M. (2016). Medios de comunicación para el desarrollo social. Lima: telos.fundaciontelefonica.com/participacion-y-colaboracion-como-motores-del-cambio-medios-de-comunicacion-para-el-desarrollo-social/.
- Guachi, I. (2016). Estrategia didáctica para el desarrollo de habilidades comunicativas orales en la carrera de derecho de la Universidad Regional Autónoma De Los Andes. Ambato : Universidad Regional Autónoma De Los Andes.
- Hernandez, C. (4 de junio de 2017). Promoción cultural en los medios audiovisuales. Obtenido de <http://www.camoaradioweb.icrt.cu/promocion-cultural-en-los-medios-audiovisuales/>:
- Hidalgo, N. (2016). ¿Qué es la Globalización Cultural? Argentina: lifeder.com/globalizacion-cultural/.
- Insa, J. (2015). La cultura como estrategia para el desarrollo . cali: zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio.
- Lara, A. (2017). Azar y control en los medios audiovisuales. Colombia: [elpaisl](http://elpaisl.com).
- Manzano, I. (2018). ¿Por qué es importante trabajar la identidad cultural de cada pueblo? Guatemala: almanatura.com.
- McKenzie, E. (2017). Efectos negativos de la globalización en la cultura. Barcelona: ehowenespanol.com/efectos-negativos-globalizacion-cultura-info_.
- Meza, M. (2017). [/interartive.org](http://interartive.org). Chile: Nueva Cultura Audiovisual y nuevos espectadores en la sociedad digital: transformaciones de un proceso integral de comunicación .

- Mincultura. (2015). Principios y técnicas en un archivo audiovisual . Colombia: mincultura.gov.co/areas/cinematografia.
- Muelas, R. (2017). Conoces la evolucion cultural . España: [la-mente-es-maravillosa .com /conoces- la-evolucion-cultural/](http://la-mente-es-maravillosa.com/conoces-la-evolucion-cultural/).
- Pincay, A. (2019). Comunicación audiovisual y su impacto en la promoción de productos culturales de la empresa orquesta performática del Ecuador en el año 2018. Guayaquil : Universidad De Guayaquil .
- Quille, M., & Naranjo, M. (2019). Influencia de las redes sociales en la identidad cultural de la mujer indígena de la organización codiciv de la comunidad de casipamba, cantón Guaranda, año 2019. Ecuador : Universidad Estatal De Bolívar .
- Rabadán, Á., Bruzón, L., & Montaña, S. (2016). Identidad, cultura y desarrollo a través delaudiovisual participativoEl caso de jóvenes del Proyecto Youth Path. Peru: Universidad de Huelva. Doctorando.
- Ramírez, B. (2017). La importancia del desarrollo culturaL. Mexico:
- Revista Criterio. (27 de enero de 2018). Criterio digital. Obtenido de Criterio digital: https://www.revistacriterio.com.ar/bloginst_new/1997/11/22/la-cultura-y-los-medios/
- Sarlo, B. (2016). Medios audiovisuales. Estados Unidos: lai.fu-berlin.de.
- Shagñay, V. (2017). Los medios audiovisuales en el proceso de enseñanzaaprendizaje de los niños del sexto grado paralelo “b” de la unidad educativa simón rodríguez, en el periodo académiCO 2017-2018 . Chimborazo: Universidad Nacional De Chimborazo.

- Verial, D. (2018). Cómo influyen al desarrollo de los adolescentes las diferencias culturales. España: [.ehowenespanol.com/como-influyen-al-desarrollo-de-los-adolescentes-las-diferencias-culturales_](http://ehowenespanol.com/como-influyen-al-desarrollo-de-los-adolescentes-las-diferencias-culturales_).
- Villacis, C. (2017). Aplicación de los medios audiovisuales en el proceso de enseñanza - aprendizaje de estudios sociales de los estudiantes de octavo, noveno y décimo años de la unidad educativa “espíritu santo” del cantón ambato provincia de tungurahua”. Loja: universidad regional autónoma de los andes.
- Zamora, R. (2015). Influencia de la parrilla televisiva en la identidad cultural de los adolescentes del colegio “Nueve de Octubre” de la ciudadela Huancavilcaparroquia Ximena cantón Guayaquil. Guayaquil : Universidad De Guayaquil .