



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



**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**  
**LICENCIADA EN CIENCIAS DE:**  
**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:**  
**COMUNICACIÓN MULTIMEDIA Y SU RELACIÓN CON EL**  
**DESARROLLO CULTURAL EN LOS ADOLESCENTES DEL**  
**SECTOR PLAYA GRANDE, CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2019**

**AUTOR:**  
**EVELIN LISSETH GEORGE RONQUILLO**

**TUTOR:**  
**SANDRA KARINA DAZA SUAREZ**

**QUEVEDO - ECUADOR**

**2020**

## RESUMEN

En la presente investigación el objetivo principal es diseñar talleres de información sobre el buen uso de los medios de comunicación multimedia y su aporte en el desarrollo cultural de los adolescentes del sector, ya que actualmente las nuevas tecnologías forman parte del diario vivir de las personas y han causado un impacto social y cultural por su inmediatez y facilidad de acceder a ellas.

La utilización de los medios multimedia, se han vuelto indispensables para los seres humanos en especial para los adolescentes, que desde muy temprana edad los utilizan sin saber los efectos negativos que estos pueden acarrear por su mal y excesivo uso, a través de los talleres se trata de concientizar a los adolescentes de que usen la comunicación multimedia para efectos positivos en su vida y de esta manera fomenten la cultura en su sector y tenga un excelente conocimiento sobre sus orígenes, costumbres y cultura, ya que el desarrollo cultural es importante para la sociedad.

Cabe recalcar que la comunicación multimedia se efectúa a través de imágenes, videos, audios entre otros, por lo tanto se ha convertido en un medio por donde las personas se pueden mantener informados, entretenidos, y a su vez usar su creatividad e imaginación, por esta razón la comunicación es más fluida y se considera que a través de esta se planteen estrategias que beneficien a los adolescentes y a el sector ya que la identidad y desarrollo cultural está en crisis y se encuentra reflejada en el sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo.

**Palabras clave:** comunicación, multimedia, adolescentes, desarrollo cultural,

## SUMMARY

In the present investigation, the main objective is to design information workshops on the good use of multimedia communication media and their contribution to the cultural development of adolescents in the sector, since currently new technologies are part of people's daily lives and they have caused a social and cultural impact due to their immediacy and ease of access to them.

The use of multimedia media, have become indispensable for human beings especially for adolescents, who from an early age use them without knowing the negative effects that they can cause due to their bad and excessive use, through the workshops Try to make teenagers aware that they use multimedia communication for positive effects in their lives and in this way foster culture in their sector and have excellent knowledge about their origins, customs and culture, since cultural development is important for society.

It should be noted that multimedia communication is carried out through images, videos, audios among others, therefore it has become a means by which people can stay informed, entertained, and in turn use their creativity and imagination, for this reason the communication is more fluid and it is considered that through this, strategies are proposed that benefit adolescents and the sector since cultural identity is in crisis and is reflected in the Playa Grande sector of the city of Quevedo.

**Keywords:** communication, multimedia, adolescents, cultural development

## INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I.- .....	3
1.1 IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2 MARCO CONTEXTUAL .....	3
1.3 Contexto Internacional .....	3
1.3.1 Contexto Nacional .....	4
1.3.2 Contexto Local.....	5
1.3.3 Contexto Institucional.....	5
1.4 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	6
1.4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	6
Problema General .....	6
Sub problemas o derivados .....	7
1.5 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	7
1.6 JUSTIFICACION.....	8
1.7 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN .....	9
1.7.1 Objetivo general.....	9
1.7.2 Objetivo especifico .....	9
CAPITULO II.-.....	10
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL .....	10
2.1. MARCO TEÓRICO .....	10
2.1.1 Marco conceptual.....	10

2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN .....	42
2.1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	42
2.2.2 Categoría de análisis 1: Comunicación Multimedia .....	44
2.3 POSTURA TEÓRICA .....	45
2.4 HIPÓTESIS .....	46
2.4.1 Hipótesis general o básica.....	46
2.4.2 Sub hipótesis o derivadas.....	46
2.5 Variable.....	47
2.5.1 Variable independiente .....	47
2.5.2 Variable dependiente .....	47
CAPITULO III.....	48
3.1 Resultados obtenidos de la investigación .....	48
3.1.2 Análisis e interpretación de datos .....	50
Figura 2: medios multimedia .....	54
3.2 Conclusiones específicas y generales .....	62
3.2.1 Específicas .....	62
3.2.2 General.....	62
3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES.....	63
3.3.1 Especifica.....	63
3.3.2 General.....	63
CAPITULO IV .....	64

4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS.....	64
4.1.1 Alternativa obtenida.....	64
4.1.2 alcances de la alternativa .....	64
4.1.3 Aspectos básicos de alternativa .....	65
4.2. Objetivos de la propuesta.....	67
4.2.1 Objetivo general.....	67
4.2.2 Objetivo específico .....	67
4.3 Estructura general de la propuesta .....	68
4.3.1 Título del taller.....	68
4.3.2 Componentes .....	68
CONTENIDO DE LOS TALLERES .....	70
4.4 resultados esperados de la alternativa .....	78
BIBLIOGRAFÍA .....	79

# INTRODUCCIÓN

En la actualidad la comunicación multimedia y los cauces del internet, están impulsando cambios profundos en la sociedad, por su inmediatez, difusión, interactividad, facilidad para comunicarse y realizar las tareas comunes en diferentes áreas. Todo esto se da por medio de la variedad de instrumentos tecnológicos, instrumentos que en la actualidad están al alcance de todos y se han vuelto indispensable para todas las personas en especial para los adolescentes, que utilizan en gran cantidad los aparatos electrónicos. Sin embargo, un buen manejo de la comunicación multimedia con una buena planificación aportara a la evolución del desarrollo cultural de los adolescentes del sector Playa Grande.

Las nuevas tecnologías están generando transformaciones y teniendo un impacto en la cultura, considerando así que estas ayudan a un cambio social, a favor de las generaciones presentes y futuras, ya que la cultura se penetra en todas las áreas de nuestras vidas y en la actualidad se ha convertido en un motor económico, gracias a la a la diversidad que existe en los países latinoamericanos.

La presente investigación se centra en rol socializador que desempeñan los adolescentes, por la utilización de las diversas plataformas virtuales y las redes sociales como lo son: Facebook, WhatsApp, Twitter, Instagram entre otros, ofreciendo así a los jóvenes la interacción de las antes mencionadas redes, para incrementar el desarrollo cultural de dicho sector ya que en la actualidad la identidad cultural está en crisis y se encuentra reflejada en el antes mencionado sector.

El presente trabajo está estructurado en el desarrollo de los siguientes capítulos.

**CAPITULO I** este inicia presentando el tema de investigación continuando con el marco contextual el cual nos indica como la comunicación multimedia influyen en el desarrollo cultural de los adolescentes y el impacto que tienen de manera internacional, nacional, local, institucional consiguiendo información para plantear el problema que ha sido examinado.

**CAPITULO II** se forma de una manera teórica donde se cristaliza la información que se obtuvo a través de páginas web, libros, revistas, periódicos, de autores que tienen relación con el tema de estudio.

**CAPITULO III** este permite saber el desarrollo del tipo de metodología que se utilizara para el análisis y estudio del problema en la presente investigación de campo mediante la aplicación de entrevistas y encuestas aplicada a la población investigada.

**CAPITULO IV** este contiene los resultados obtenidos de los antecedentes, justificación, objetivos generales, y específicos, a la par con los componentes y la estructura general de la propuesta.



# **CAPITULO I.-**

## **DEL PROBLEMA**

### **1.1 IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

La comunicación multimedia y su relación con el desarrollo cultural en los adolescentes del sector Playa Grande ciudad de Quevedo, año 2019.

### **1.2 MARCO CONTEXTUAL**

#### **1.3 Contexto Internacional**

En América latina la comunicación multimedia es una doctrina joven y cuantiosamente mutable que ha llegado a ocupar en la actualidad grandes territorios ligados al ocio, la cultura, investigación, administración, política, finanzas entre otras. La amplitud imparables del World Wide Web, como medio de comunicación y como canal de distribución y publicaciones de documentales han hecho de ella el principal medio de acceso y difusión de los multimedia.

Es claro que las nuevas tecnologías pueden implicar grandes ventajas en términos de acceso a la cultura. En primer lugar, los medios de distribución digital permiten –al menos en principio acercar los libros, la música y el cine a cualquier rincón de un país, de una manera mucho más eficaz que épocas anteriores. Esto resulta particularmente útil para las naciones que poseen una gran extensión territorial y una geografía accidentada: así, para una pequeña biblioteca del sur de la Argentina u otra del interior de Colombia que buscan ofrecer a sus lectores un fondo surtido y actualizado, podría resultar más sencillo dotarse de libros electrónicos que de libros físicos. Además, en un tiempo caracterizado por la masificación de teléfonos inteligentes cada vez más potentes y asequibles, el acceso digital a los bienes y servicios culturales se facilita de manera considerable. (Kulesz, 2017)

En este sentido, debemos reconocer que la cultura no solo se vincula con la digitalización de expresiones analógicas, si no que remite a un espacio sumamente dinámico, en el que conviven las modalidades multimedia, crossmedia, transmedia así como la realidad aumentada y la realidad virtual. Lo digital no solo impacta en el acceso, sino también en la creatividad y en la situación de los artistas.

Además de abrir nuevos canales para la difusión, la era digital ha producido nuevos cambios en el seno mismo de la creación ya que está al alcance formidable de toda la comunidad, y de esta manera está abriendo una puerta a la nueva población internauta ofreciendo primicias frente a todo lo que nos rodea ya que la adolescencia juega un papel muy importante y marca un hito en la sociedad. **(Kulesz, 2017)**

### **1.3.1 Contexto Nacional**

El diseño multimedia en Ecuador es bastante joven y a su vez, un campo sin explotar, cabe resaltar que en su área incluye desde producción audiovisual, animaciones 2D y 3D, diseño web, diseño de personajes, desarrollo de aplicación entre otros. Este diseño es un espacio abierto para desarrolladores y emprendedores, constantemente se abren nuevas ramas en las cuales se pueden incursionar, tecnologías que han modificado el comportamiento de los consumidores como las Tabletas los Smart Phones, La Televisión Digital, entre otros, permitirán impulsar al diseño ecuatoriano. **(Allauca, 2014).**

Ecuador no es ajeno a esta tendencia mundial, a pesar de que ocupó el puesto 88 en el índice de desarrollo de las TIC en el año 2010 (ITU, Medición de la sociedad de la información, 2011). La tecnología ha penetrado en todas las actividades humanas de forma positiva, pero también ha dejado dudas sobre su impacto en la sociedad debido al tiempo dedicado a ella, especialmente por los jóvenes. Actividades como la lectura, las tareas escolares o la educación autónoma van siendo relegadas por otras ligadas a la comunicación virtual y al ocio.

La investigación sobre la que se basa este artículo, realizada en la ciudad de Quito, en Ecuador, encontró que los jóvenes de entre 12 y 18 años dedican por día, en promedio, siete horas cincuenta minutos a ver la televisión, el ordenador, las consolas de videojuegos,

los reproductores de música, al teléfono celular y al teléfono fijo. los ecuatorianos señalaron utilizar Internet, de los cuales más de la mitad lo hacen diariamente.

En el caso particular de los jóvenes, el 52 % de las personas entre 16 y 24 años lo utilizan al menos una vez al día. En un país de 14.306.876 habitantes (INEC, Censo de Población y Vivienda 2010), había registradas a febrero de 2011, más de quince millones de líneas telefónicas móviles, lo que representa más abonados que habitantes, por mencionar un dato que muestra el apego a la tecnología en el país (Superintendencia de Telecomunicaciones, 2011). **(Franco Crespo, 2013).**

### **1.3.2 Contexto Local**

Las herramientas tecnológicas en el desarrollo cultural de los adolescentes de la Ciudad de Quevedo, influye mucho para que no se pierdan las ideas, costumbres, tradiciones que caracterizan esta ciudad, que es eminentemente montubia y se encuentra situado en el centro de la costa ecuatoriana, se distingue por ser uno de los puertos fluviales más importantes. En la ciudad del río se han encontrado vasijas y vestigios arqueológicos que corresponden a otras culturas, dándole a esta un profundo valor cultural.

### **1.3.3 Contexto Institucional**

Los adolescentes del Sector Playa Grande, de la ciudad de Quevedo al igual que en todo el mundo están sumergidos en las distintas plataformas virtuales, porque estas les dan la posibilidad de estar comunicados con sus amistades a todas horas independientemente del lugar donde se encuentren y la distancia que los separa, por tal se ha convertido hoy en un entorno en el que los adolescentes conversan comparten fotos músicas, inquietudes entre otras.

## **1.4 SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La peculiaridad del presente trabajo investigativo es plantear la problemática de la relación que existe entre la comunicación multimedia y el desarrollo cultural de los adolescentes del sector playa grande de la ciudad de Quevedo, debido a que en la actualidad las personas, en especial los adolescentes se distraen a través de los programas que ofrece la comunicación multimedia, como lo son las redes sociales que utilizan a diario los jóvenes tales como el Facebook, WhatsApp, y Instagram,

La era digital y los aparatos electrónicos han tomado el control de la mayoría de los individuos tanto así que hemos llegado a un punto en que dependemos de ellos, esta se ha convertido prácticamente en un vicio para una cantidad de personas ya que la mayoría de los momentos están gastando tiempo y energías en estos sin pensar el perjuicios que se hacen ellos y el daño que le hacen a su entorno.

Por lo tanto el presente proyecto pretende mostrar el lado positivo y negativo en cuanto a la percepción que se tiene de la relación que tiene la comunicación multimedia con el desarrollo cultural de los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, de la misma manera que impulsara a los jóvenes en aumentar el interés por el desarrollo cultural de dicho sector.

### **1.4.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **Problema General**

- ¿De qué manera influye la comunicación multimedia en el desarrollo cultural de los adolescentes del sector Playa Grande ciudad de Quevedo año, 2019?

## Sub problemas o derivados

- ¿De qué manera se relaciona la comunicación multimedia con los adolescentes del Sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo?
- ¿Cuáles son las herramientas tecnológicas que permitirán mejorar el desarrollo cultural del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo?
- ¿Cómo diseñar talleres de información para el desarrollo cultural de los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo?

## 1.5 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

- **Delimitación espacial:** el presente proyecto será realizado en la ciudad de Quevedo,
- **Área:** Desarrollo social y cultural
- **Delimitación temporal:** la presente investigación se efectuara en el periodo octubre 2019-febrero 2020.
- **Delimitación observacional:**
  - ✓ Adolescentes
  - ✓ Desarrollo cultural
- **Delimitación teórica:** El avance de esta investigación se realizara teniendo como mención a los adolescente y los medios de comunicación multimedia

## **1.6 JUSTIFICACION**

La presente investigación es significativa, por la relevancia que tiene el tema y el aporte en la sociedad. Desde la aparición de la era digital no se le ha dado mayor trascendencia dentro del ámbito cultural se puede constatar que en el Ecuador no hay muchos estudios sobre la importancia de las herramientas tecnológicas en el desarrollo cultural. La investigación dará a conocer la correlación que existe entre los adolescentes y las herramientas tecnológicas, de esta manera permitirá a contribuir en el desarrollo cultural del sector Playa Grande.

Si bien es cierto la acogida de la integración multimedia es la técnica que, unida a conceptos de desarrollo cultural, brinda a los adolescentes muchos beneficios, permite actualizarnos e informar de una manera más rápida lo cual debemos aprovechar para reforzar las costumbres, valores y tradiciones del antes mencionado sector, ya que ellos serán los beneficiarios principales, potenciando así mismo sus habilidades.

Para lo cual se requiere construir un mejor expectante, en dicha comunidad se requiere de un técnica transcendental, que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida, fomenta una vida más eficiente, con lo cual se superan las tensiones entre las tradiciones y modernizaciones, de acuerdo a las exigencias de la sociedad en atención a la formación de individuos capaces de afrontar con éxito los problemas existentes en la vida, Para tal efecto, es importante el uso de las diferentes plataformas.

## **1.7 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de la comunicación multimedia y su relación en el desarrollo cultural de los adolescentes del Sector Playa Grande, ciudad de Quevedo en el año 2019.

### **1.7.2 Objetivo específico**

- ✓ Determinar la relación de la comunicación multimedia con los adolescentes del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.
- ✓ Analizar las herramientas tecnológicas que permitirán mejorar el desarrollo cultural del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.
- ✓ Diseñar talleres de mejora para el desarrollo cultural de los adolescentes del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.

## **CAPITULO II.-**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. MARCO TEÓRICO**

##### **2.1.1 Marco conceptual**

###### **¿Qué es Comunicación Multimedia?**

Ahondando en aspectos comunicativos, la aparición de conceptos como digital, interactivo o multimedia, de los que al principio hablábamos, es posible que hayan marcado un antes y un después en las relaciones humanas, pero también es verdad que al crecer, dentro del mundo industrial y publicitario, no han sido aprovechados ni han madurado lo suficiente como para que podamos dar el salto al próximo escalón de la evolución digital.

Podría parecer bastante impreciso entender que la comunicación multimedia alude a cualquier forma de comunicación que utiliza informaciones almacenadas digitalmente. Ésta explicación dejaría fuera muchos entornos que, a través de una integración de informaciones de diversa naturaleza, fueron creados mucho antes de que el concepto como tal fuera inventado. Imaginemos las posibles explicaciones de Galileo al estudiar el problema de la caída de los cuerpos, o más ampliamente, pensemos en una de las escuelas ideada por Comenius en el siglo XVII, basada en la premisa de educar para la adquisición de conocimientos útiles. Componentes textuales, visuales y sonoros, lenguajes ilimitados ya hacían acto de presencia y mostraban la riqueza de elementos, aunque eso sí, no hacían explícito todavía el potencial completo de sus combinaciones.

Ahora bien, la combinación de elementos, o lo que podríamos denominar en términos generales como convergencia tecnológica, no ha sido tampoco la encargada de generar nuevos medios de comunicación, o es que acaso ¿ha sido necesario esperar la



efervescencia del ciberespacio para poder “chatear” con el vecino? (algo que hoy en día es real a la vez que paradójico). Más bien, entendemos que esta convergencia ha dado lugar a nuevos canales de comunicación, más o menos rentables, más o menos útiles y razonables, y que evidencian un estado de actividad mayor del espectador, ora convertido en internauta, ora convertido en trabajador de la información.

Sin haber colmado aún las posibilidades de los auténticos y genuinos medios de comunicación, y sin que ello represente una inmediata sustitución de los mismos, surge repentinamente y a pasos agigantados una nueva forma de comunicar, una nueva forma de compartir conocimiento con el mundo entero. Bajo una constelación infinita de nodos, semánticamente conectados, participamos en un mundo abierto donde somos capaces de reconocer las fuerzas de atracción que conectan una idea, un pensamiento con otro.

Sin embargo, muchas veces, ni los contenidos ni la visualización de elementos multimedia se adecuan a los intereses y las necesidades de los usuarios, y tiene que ser este último el que se adapte a la distribución y presentación que libremente designa el “proveedor”. Es un ejemplo más de diseño centrado en la tecnología y no en el usuario.. **(Ortega, 2004).**

## **Importancia de la comunicación multimedia**

Los dispositivos multimedia surgieron como tales hace tan sólo un par de décadas, y sin duda fueron un avance determinante para acercar la informática a los usuarios de perfil medio. Anteriormente los ordenadores estaban reservados a una subespecie de brillantes informáticos que sabían leer texto indescifrable y convertirlo en algo con sentido. Con la llegada de los dispositivos multimedia, el público en general comenzó a interesarse por esos ordenadores que eran capaces de reproducir videos, fotografías, música y 'además', también servían para trabajar, es tal la importancia del concepto, que la tecnología de hoy en día no sería igual sin él. **(Editorial, 2014)**

La creación de estos dispositivos ha sido sin duda un gran avance tecnológico, puesto que dotó al usuario de medios más cómodos y cercanos a su propia experiencia. El ser humano usa diferentes medios de comunicación para relacionarse frente a sus

semejantes y aunque aún falta bastante para poder emular los cinco sentidos del Homo Sapiens en un sólo dispositivo, lo cierto es que la multimedia lo que pretende es en cierta medida hacer más cómoda la experiencia de la comunicación a los usuarios, mediante el acercamiento a formas naturales de comunicación innatas a todas las personas. (**Editorial, 2014**).

En los últimos tiempos, ha cobrado también cierta importancia el uso de equipo multimedia para referirse a los equipos capaces de conectarse a internet, si bien esta analogía es incorrecta en el sentido estricto de la palabra. Los equipos capaces de navegar por internet son multimedia en su mayor parte, pero no por el hecho de hacerlo, sino por permitir la reproducción de los contenidos de la red. (**Editorial, 2014**)

## Características

### ✓ Características Técnicas:

- ❖ **Multimedia:** basada en el carácter multisensorial y multimodal de los discursos, utilizando elementos visuales y/o sonoros.
- ❖ **Interactividad:** basada en crear flujos de lectura que permita la inmersión del usuario.
- ❖ **Accesibilidad:** basada en el diseño para todos y la adaptación al tipo de público, al dispositivo o a la situación.
- ❖ **Flexibilidad:** basada en el control por parte de los usuarios en función de sus expectativas.
- ❖ **Modularidad:** basada en la organización modular mediante una construcción orgánica de los bloques de información.
- ❖ **Adaptabilidad:** y reusabilidad: basada en la funcionalidad exhaustiva, en la reutilización de módulos informativos y explotación en distintos soportes, contextos o publicaciones.
- ❖ **Interoperabilidad:** basada en la catalogación de contenidos para facilitar la recuperación y el intercambio.
- ❖ **Portabilidad:** basada en desarrollar los contenidos de tal forma que puedan moverse y explotarse en diferentes sistemas. (**Duran, 2014**)

### ✓ **Características informativas**

Con la evolución de la web hemos pasado de una era de la escasez a una era de la abundancia, donde ha habido un desarrollo informativo sin precedentes, caracterizado por la cantidad (sobreabundancia), la velocidad de transmisión y una cuestionada mejora en la calidad. De esta manera, el nuevo reto a asumir es la gestión de ese enorme flujo informativo. Además, los cambios producidos sucumben también a los procesos, la naturaleza de los agentes y la mutabilidad de los roles. **(Duran. A, 2014)**

La saturación de los estímulos informativos ha llevado a una tendencia a la condensación y simplificación de los contenidos, mientras que la nueva forma de relacionarnos con la información requiere de una nueva manera de proporcionarla, pues hay que tener en cuenta esa nueva relación emisor-receptor subvertida por un círculo móvil de narradores y destinatarios.

- ❖ **Era de la escasez:** rigor, completitud, veracidad, precisión, credibilidad.
- ❖ **Era de la abundancia:** utilidad, interactividad, comodidad, personalización, facilidad de acceso, inmediatez, uso de elementos audiovisuales, selección.

### ✓ **Características narrativas**

- **Estructuras lineales:** se trata de una estructura con principio y fin donde el lector no interviene. P.E.: libro, película, etc.
- **Estructuras interactivas:** con diferentes niveles, proporcionan experiencias narrativas que rompen la linealidad del relato, ofreciendo posibilidades de interactividad con el usuario y permitiendo un juego indefinido de posibilidades y recorridos narrativos. En estas estructuras, el autor y el lector son creadores, los textos son abiertos y dinámicos, hay convergencia de medios y conversación textual (interactividad).
- **Estructuras combinadas:** utilizadas en diseños de gran envergadura, usan al menos dos estructuras simples de las anteriores. **(Duran. A, 2014)**

### ✓ **Características legales**

Existen diferentes modelos de licenciamiento de una obra audiovisual, entre los que destacan:

- **Copy-right:** basado en todos los derechos reservados.
- **Copy-left:** basado en permitir la copia, distribución y comunicación pública con algunos derechos reservados.

Un ejemplo de copy-left sería la licencia **Creative Commons**, que permite al autor elegir qué usos se le da a su obra. Bajo este sello siempre se tendrá que informar de la autoría de la obra, pero se elegirá si permitir copiar y distribuir, hacer un uso comercial o realizar trabajos derivados, con lo que surgirán distintos tipos de licencia. (**Duran. A, 2014**)

## **Elementos de la comunicación multimedia**

Cualquier aplicación, documento o sistema multimedia está constituido por elementos informativos de diferente naturaleza, que coinciden en una misma intencionalidad comunicativa; recrear una experiencia de percepción integral, a la que, cada uno de ellos, aporta sus capacidades expresivas características:

**Los textos** son mensajes lingüísticos codificados mediante signos procedentes de distintos sistemas de escritura. A pesar de ser uno de los medios de comunicación más clásicos y tradicionales, sobre ellos descansa la estructura conceptual y argumental básica de buena parte de los productos multimedia, gracias, a su potencia abstractiva y a que constituyen un método muy rápido, preciso y sistemático de transmisión de información. Los textos pueden presentarse en secuencia lineal o asociados dinámicamente mediante enlaces hipertextuales.

**Los gráficos** son representaciones visuales figurativas que mantienen algún tipo de relación de analogía o semejanza con los conceptos u objetos que describen. Pueden tener forma bidimensional, diagramas, esquemas, planos, cuadros, tablas o tridimensionales, figuras y dibujos que mediante el uso de la perspectiva o gradaciones cromáticas expresan

tanto la anchura y la altura, como la profundidad. Facilitan la expresión y la comprensión de ideas abstractas proponiendo representaciones más concretas y accesibles.

Se usan sobre todo para diseñar interfaces que simplifican a los usuarios el uso de las aplicaciones informáticas, proponiendo iconos como el botón sobre el que se pulsa y que resuelven las necesidades de recordar secuencias de órdenes para realizar determinadas tareas o metáforas que ayudan a desarrollar aplicaciones a comunidades de usuarios muy diversas. Una de las más famosas es la metáfora del escritorio, desarrollada por Macintosh y popularizada más tarde por Microsoft en su sistema operativo Windows para representar gráficamente el área y las posibilidades de trabajo de un ordenador.

**Las animaciones** son presentaciones muy rápidas de una secuencia de gráficos tridimensionales, en un intervalo de tiempo tan pequeño que genera en el observador la sensación de movimiento. Aportan a las aplicaciones multimedia apariencia de veracidad y grandes dosis de expresividad, pues les permiten reconstruir seres del pasado, como los dinosaurios; fenómenos de naturaleza científica, como el comportamiento de los cometas en el sistema solar o el retroceso de los glaciares en la corteza terrestre; hechos históricos pretéritos, como la batalla de Trafalgar; situaciones reales, como el crecimiento de una planta, o simplemente, realidades culturales como los dioses y héroes mitológicos. Otro de sus grandes campos de aplicación es la creación de los efectos especiales en cine.

**Las imágenes** son representaciones visuales estáticas, generadas por copia o reproducción del entorno (escaneado de imágenes analógicas, fotografías digitales, etc.). Son digitales; están codificadas y almacenadas como mapas de bits y compuestas por conjuntos de píxeles, por lo que tienden a ocupar ficheros muy voluminosos. Junto con los textos, son el medio más utilizado en las aplicaciones multimedia para transmitir información. Dicha transmisión se facilita cuando las imágenes son nítidas (poseen alta definición o resolución), estables (están ausentes los parpadeos u oscilaciones) y su contemplación no se ve dificultada por reflejos o deslumbramientos.

**Los vídeos** son secuencias de imágenes estáticas –sintetizadas o captadas– codificadas en formato digital y presentado en intervalos tan pequeños de tiempo que generan en el espectador la sensación de movimiento.

En las aplicaciones multimedia, los vídeos convierten las pantallas del ordenador en terminales de televisión y resultan un medio óptimo para mostrar los atributos dinámicos de un concepto, de un proceso o de un acontecimiento, gracias a su secuencialidad y su capacidad para desarrollar líneas argumentales. Están desarrolladas de manera tal, que permiten al usuario interrumpir, reiniciar y volver a visionar las secuencias tantas veces como desee. Las aplicaciones denominadas audio son mensajes de naturaleza acústica de distinto tipo de música, sonidos ambientales, voces humanas, sonidos sintetizados, etc. que aportan sonoridad.

**Elementos organizativos.** Todas las aplicaciones multimedia necesitan disponer de un entorno en el que sea posible para el usuario interactuar con todos los elementos, de manera que pueda acceder a la información y procesarla. Entre estos elementos interactivos se encuentran:

- ✓ Los menús desplegables son lista de instrucciones o elementos multimedia que se extienden en la pantalla para facilitar la elección del usuario.
  - ✓ Las barras de desplazamiento son opciones que permiten al usuario recorrer vertical o horizontalmente textos o imágenes extensas mediante barras dispuestas en los laterales o en la parte inferior de la pantalla.
  - ✓ Hipervínculos son enlaces que conectan entre sí diferentes elementos de una presentación multimedia. Se activan pulsando los signos que visualizan las asociaciones (pequeños iconos y textos subrayados o destacados mediante colores).
- (Pinto, 2011)

## **Ventajas y desventajas de la comunicación multimedia**

### **Ventajas**

Las ventajas reconocibles en torno a las relaciones existentes entre el incremento en la producción y difusión de nuevas tecnologías y las posibilidades que las empresas tienen de acceder a conocerlas y utilizarlas conocimiento de los factores endógenos y exógenos que inciden en la apropiación de las innovaciones tecnológicas por parte de las empresas trae a cuenta que los procesos de innovación tecnológica pueden ser entendidos como un

proceso de innovación social que moviliza las capacidades de la organización, constituyéndose en una instancia de generación de conocimiento que remite a los saberes que se recrean en diferentes áreas de la empresa, en un proceso dinámico, continuo y acumulativo; que modifica y reelabora las competencias organizativas. **(Huidobro J, 2007)**

Otras ventajas que podemos mencionar son las siguientes:

- ✓ Brindar grandes beneficios y adelantos en salud y educación;
- ✓ Potenciar a las personas y actores sociales, ONG, etc., a través de redes de apoyo e intercambio y lista de discusión.
- ✓ Apoyar a las PYME de las personas empresarias locales para presentar y vender sus productos a través de la Internet.
- ✓ Permitir el aprendizaje interactivo y la educación a distancia.
- ✓ Impartir nuevos conocimientos para la empleabilidad que requieren muchas competencias (integración, trabajo en equipo, motivación, disciplina, etc.).
- ✓ Ofrecer nuevas formas de trabajo, como teletrabajo
- ✓ Dar acceso al flujo de conocimientos e información para empoderar y mejorar las vidas de las personas.
- ✓ Facilidades
- ✓ Exactitud
- ✓ Menores riesgos
- ✓ Menores costos

## **Desventajas**

Los beneficios de esta revolución no están distribuidos de manera equitativa; junto con el crecimiento de la red Internet ha surgido un nuevo tipo de pobreza que separa los países en desarrollo de la información, dividiendo los educandos de los analfabetos, los ricos de los pobres, los jóvenes de los viejos, los habitantes urbanos de los rurales, diferenciando en todo momento a las mujeres de los varones. Según se afirma en el informe sobre el empleo en el mundo 2001 de la OIT “la vida en el trabajo en la economía de la información”, aunque el rápido desarrollo de la tecnología de la información y la comunicación constituye una “revolución en ciernes”, las disparidades en su difusión y

utilización implican un riesgo de ampliación de la ya ancha “brecha digital” existente entre “los ricos y los pobres” tecnológicos.

El internauta típico a escala mundial es hombre, de alrededor de 36 años de edad, con educación universitaria, ingresos elevados, que vive en una zona urbana y habla inglés. En este contexto, las mujeres latinoamericanas - y especialmente aquéllas de ingresos bajos que viven en zonas rurales - tienen que enfrentar un doble -o un triple- desafío para estar incluidas y conectadas en el desarrollo de la aldea global de las TICs. Otras desventajas que se pueden observar en la utilización de las tecnologías de información y comunicación son:

- ✓ Falta de privacidad
- ✓ Aislamiento
- ✓ Fraude
- ✓ Merma los puestos de trabajo (**Huidobro J, 2007**)

## **Internet y la Comunicación Multimedia**

Internet como cualquier otro instrumento cultural, tiene su referente esencial (constitutivo) en anteriores instrumentos culturales creados por el hombre en la relación dialéctica transformadora que establece con su entorno y consigo mismo. Cada nuevo instrumento retoma, comprende y adapta anteriores sistemas de signos. De este modo, no podemos hablar de Internet al margen de los instrumentos que la hacen posible y conforman su naturaleza y desarrollo actual; en este contexto, es necesario vincularla actualmente a la World Wide Web, en el marco de la cual se hallan integradas muchas de las posibilidades de actividad digital desarrolladas hasta la fecha (e-mail, telnet, news, chats, ftp, ...). En este sentido, Internet representa históricamente el primer medio capaz de integrar bajo un mismo sistema comunicativo a una amplia variedad de producciones culturales apoyadas en lenguajes anteriores.

La naturaleza compleja de esta integración constituye una característica esencial de este medio y su propuesta más inmediata; no obstante, esta macro-estructura en la que se



combinan producciones culturales apoyadas en otros medios trae consigo la propia modificación de los sistemas anteriores que están en su génesis. Las dimensiones características de este nuevo sistema simbólico hacen referencia no sólo a los contenidos y temas que aborda, sino también, y sobre todo, a los estilos y estructuras narrativas, los cuales proponen nuevos contextos de uso y actividad, que constituyen nuevos caminos para el desarrollo mental humano y para la propia transformación/adaptación de los mismos. **(García R y Gonzales E, 2015)**

Por otra parte, no podemos considerar Internet como un medio de comunicación de masas según la definición expuesta en el apartado anterior; aunque es un medio de comunicación universal, su carácter interactivo sitúa al usuario, desde un principio, en un papel activo. Respecto a este tema, nos parece interesante traer a colación la distinción realizada por Castells (1997) respecto a los dos grupos de población que navegan por Internet: los 'interactuantes' y los 'interactuados'. Al margen de la terminología empleada para referirse a estos grupos, lo que nos interesa resaltar son las formas de uso de Internet que caracteriza a cada uno. De este modo, el primer grupo estaría compuesto por todos aquellos individuos que han logrado apropiarse del medio Internet, reintegrando sus herramientas (en su vertiente material y simbólica) en diferentes esferas de su vida cotidiana, encontrándose con ello en posición de efectuar un uso creativo de dichas herramientas. El segundo grupo, en cambio, incluye a aquellas personas que poseen un dominio técnico, estando su uso limitado al paquete de opciones ofrecido y privilegiado por el propio sistema. En virtud de las posibilidades de interacción, hoy podemos decir que son infinitas las formas de uso de Internet, permitiendo que el usuario tenga permanentemente la posibilidad de manejar información y comunicarse.

Además, su esencia hipermedia permite no solo navegar al interior de un texto, sino también bajo el concepto más amplio de ciberespacio donde es posible la interacción simultánea con textos diversos, los cuales son seleccionados de forma intencional por los usuarios. Por esta razón Internet puede ser entendida como un "hiper-texto" complejo y dinámico que se encuentra en continuo proceso de transformación y ampliación en virtud de la participación de los usuarios, quedando como consecuencia desdibujado el concepto tradicional de autoría intelectual. Como ejemplo de lo que decimos, existen listas de correo sobre literatura donde se construyen de forma participativa poesías en las que cualquier

usuario puede proponer y defender la inclusión de sus propios versos. **(García R y Gonzales E, 2015)**

## **Evolución de la comunicación para el desarrollo**

La comunicación para el desarrollo tiene su origen en la teoría de la modernización, pensamiento y práctica de desarrollo predominantes tras la Segunda Guerra Mundial. Por entonces, prevalecía la idea de que las prácticas tradicionales en los países en vías de desarrollo debían ser sustituidas, cuanto menos complementadas, y que el progreso debía alcanzarse mediante aportaciones externas. Los medios de comunicación eran vistos con el potencial para actuar como agentes clave del cambio que “llevaran los vientos de la modernización a las comunidades tradicionales aisladas y sustituyeran sus estructuras de vida, valores y comportamientos por los de las sociedades modernas occidentales”. **(Elizabeth McCall, 2011)**

Los medios de masas eran considerados como el vehículo idóneo para transferir ideas y prácticas nuevas del mundo desarrollado al mundo en desarrollo y de las áreas urbanas a las áreas rurales. Los responsables políticos creían firmemente que la comunicación a través de los medios de masas (quienes transmiten la información de una manera lineal, esencialmente descendente y desde un punto a varios) podía cambiar las opiniones y actitudes de las personas. Además, los medios de masas constituían la fuente para difundir ideas y prácticas innovadoras a través de canales influyentes a las distintas audiencias del ámbito local. En la década de 1970, aumentaron las voces contrarias que ponían de manifiesto los problemas humanos asociados al modelo de la modernización.

En América Latina, esta discrepancia provocó la génesis de la teoría de la dependencia, la cual conceptualizó al mundo como un núcleo industrializado compuesto por unos pocos países ricos y una periferia subdesarrollada que comprendía numerosos países pobres. Según esta teoría, el núcleo colonialista y capitalista se desarrolla a expensas de las antiguas colonias, cuya función principal consiste en abastecer de materias primas y mano de obra barata a los países más ricos, lo cual impide que los segundos alcancen el nivel de los primeros.

En la década de 1970, esta teoría arraigó en muchos países de África, Asia y América Latina. Si bien los defensores de la teoría de la dependencia presionaron a favor de un flujo

de información más equilibrado en el ámbito internacional, existen escasos indicios de que presionaran a favor de formas de comunicación más horizontales en los propios países. En su lugar, los estados tendieron a perpetuar el uso descendente de los medios de masas sin apreciar de manera adecuada el potencial de los medios de comunicación privados o de ámbito local. A finales de la década de 1970 quedó perfectamente claro que el público no era un receptor de información pasivo y que los medios de comunicación no bastaban para cambiar la mentalidad y el comportamiento de las personas. Fue entonces cuando la perspectiva de “otro desarrollo” comenzó a influenciar el pensamiento y las prácticas de comunicación. Sus defensores sostenían que la participación de la comunidad era esencial en el diseño y la implementación de los programas de desarrollo, ya que la realidad del desarrollo se experimentaba dentro de las comunidades.

Por esta razón, los sistemas de comunicación y los medios alternativos fueron considerados como mecanismos importantes del ámbito local para que las personas se involucraran en actividades de desarrollo: la CPD fue entendida como un proceso recíproco en el que las comunidades podían participar como agentes clave de su propio desarrollo. A finales de la década de 1980, la noción de desarrollo participativo, en especial la evaluación rural participativa, en la que las comunidades pobres se implican directamente en la definición de sus propios problemas y soluciones, se había impuesto en muchas organizaciones de desarrollo, especialmente en las organizaciones no gubernamentales (ONG). Desde entonces, se da cada vez más prioridad a los métodos de comunicaciones horizontales y multidireccionales que utilizan una combinación de canales y resaltan la importancia del diálogo para facilitar confianza y entendimiento mutuo, amplifican la voz de las personas pobres y les permiten identificar formas de solventar problemas para mejorar su bienestar. (Elizabeth McCall, 2011)

## **Los medios de comunicación multimedia y la conciencia social**

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. De tal manera que entre la cultura y los medios de comunicación hay una relación dialéctica.

La función social de la superestructura consiste en defender, proteger, fortalecer y desarrollar la base. En la sociedad capitalista dividida en clases antagónicas, la superestructura asegura el dominio político e ideológico de la clase capitalista, que ocupa la posición dominante en la economía. En la vida y en un sistema social, nada es tan rígido y determinado. La superestructura tiene una dependencia relativa de la base.

La base económica influye en la superestructura a través de la conexión de intereses económicos y políticos representados en las diferentes ideologías, clases y organizaciones políticas que las representan. La historia de la humanidad y del desarrollo de la sociedad es el producto de la lucha de clases. Es a través de la lucha de clases que se puede cambiar la base económica de la sociedad. (Norton, 2017)

### **La creación multimedia como principio básico de la alfabetización en la Era de la Información.**

La alfabetización para el siglo XXI cumplirá mejor sus objetivos si tanto la formación del profesorado como el aprendizaje de los alumnos se construye en torno a la creación de documentos, a la elaboración y difusión de los propios mensajes. La alfabetización multimedia contribuirá a formar ciudadanos libres si se superan los límites de la recepción para pasar a la creación; si se educa la recepción crítica desde la propia creación de documentos multimedia.

Nuestra propuesta de una alfabetización multimedia que capacite para participar libremente en la sociedad del tercer milenio y, en último término, para poder transformarla, parte de la actividad creadora de los alumnos/profesores. Independientemente de si partir del trabajo con programas de autor resulte más o menos acertado desde el punto de vista metodológico, la importancia de hacerlo radica en que con ello se modifican sustancialmente los enfoques tradicionales y la posición que en ellos suele darse al educando. El aprendizaje no se produce desde la posición de mero receptor de la información y usuario de unos programas, sino que se parte del protagonismo del alumno/profesor, que se sirve de una tecnología y unas estrategias para ir adentrándose con espíritu investigador en el mundo del multimedia. (Gutiérrez Martín A, 2010)

Al protagonismo del educando como característica de la alfabetización multimedia que proponemos, se une el enfoque global que pretendemos darle. La alfabetización multimedia como tal no está sistematizada; por lo general se entiende que la suma de la alfabetización verbal + alfabetización informática + alfabetización audiovisual daría como resultado una serie de conocimientos sobre las características de los nuevos medios y sus formas de significar que podrían corresponder a la alfabetización multimedia, pero la experiencia demuestra que con la actual formación tecnológica no se consigue una idea global e integradora ni un desarrollo equilibrado de destrezas comunicativas en los distintos lenguajes y con diferentes medios.

El predominio de la alfabetización verbal es de suponer que permanezca durante algún tiempo. Es incuestionable su predominio en la educación formal. El aprendizaje sistemático de la lectoescritura, sin embargo, no contempla la relación del lenguaje verbal (oral y escrito) con otro tipo de representaciones y/o simbologías, con lo que en realidad se está estudiando el lenguaje verbal en los contextos y según los modos de presentación predominantes en la era de Gutenberg, que, como ya ha quedado suficientemente claro, se están viendo modificados día a día en la era digital. En entornos escolares el soporte libro o papel impreso sigue siendo el más habitual para el texto y su linealidad y estructuración en párrafos y páginas sucesivas es todavía claramente predominante. Cuando se trabaja con textos acompañados de imágenes en la enseñanza, éstas suelen tener una función de significación secundaria y meramente ilustrativa. **(Gutiérrez Martín A, 2010)**

## **Oportunidades de la comunicación multimedia**

La sociedad digital vive sumergida en la era del “punto cero”. En estos momentos nos encontramos en la segunda fase (2.0) de una evolución que engloba y en la que participa activamente la sociedad, la economía, y la tecnología. La integración de profesionales de la comunicación y la convergencia de desarrolladores de hardware y software, hacen accesible el lenguaje y el canal tecnológico a gran parte población mundial. Los usuarios ya no sólo interactúan entre sí, sino que colaboran, participan y actúan como protagonistas del contenido multimedia.

El texto, la imagen, el vídeo se enfrentan ya no sólo al reto del acceso a la información y del desarrollo de las redes telemáticas sino a la incógnita ya presente. ¿A

quién pertenece, quién distribuye y quien prescribe en la era del 2.0? Este cambio de paradigma es examinado con rigor y entusiasmo en este volumen desde miradas y sensibilidades distintas. **(Sanches, 2011)**

## **Interactividad**

Sin duda, una de las palabras claves del contexto actual y uno de los términos comodín que se emplean sin la propiedad adecuada. Se habla de lo interactivo como sinónimo de lo digital, multimedia etc., pero ni todo lo digital es interactivo ni tampoco ni tampoco todo lo multimedia. La interactividad implica ofrecer al usuario ciertas opciones de control de los elementos multimedia, de tal forma que pueda explorar la estructura de la obra en la forma y momento que decida.

La interactividad está ligada a la estructura no lineal de la narrativa a la capacidad de intervención que se le otorgue al usuario en un producto dado hasta el grado establecido por el emisor, dentro de los límites del medio o aplicación. La interactividad estuvo relacionada desde los inicios con los videos juegos, con la web y con las aplicaciones que pueden ser más o menos interactivas según el poder de decisión que se le permita al usuario, el impacto de la interactividad en las narrativas transforma la manera tradicional de contar) da igual si es formato texto o video) que distinga entre emisor y receptor para llevarnos a una nueva lógica de dialogo más o menos complejo entre ambos actores. En la web 2.0 los internautas pueden acceder a numerosas plataformas gratuitas muchas de ellas operan directamente en la nube editar contenidos audiovisuales y multimedia gracias a las sencillas e intuitivas interfaces de dichas plataformas, ponerlos a disposición de miles de usuarios, y obtener Feedback, en apenas unos minutos. **(Costa C Piñeiro T, 2014)**

## **La Web 2.0 como red social de comunicación e información**

La web 2.0 de las redes sociales genera unos modelos de comunicación específicos en los que los componentes se hacen más complejos y adquieren otras dimensiones. Frente a los modelos tradicionales, los emisores y receptores se intercambian los papeles en unos procesos interactivos. Es más, dentro de los modelos de comunicación interactivos, los usuarios de las redes sociales adquieren unas dimensiones de interrelaciones entre todos

los participantes en igualdad de situaciones. La mediación técnica se hace más compleja. Se da entrada a una dimensión expresiva y discursiva multimedia con la integración de los hipervínculos de los contenidos, la navegación y las búsquedas y la penetración en un ciberespacio y en un cibertiempo. **(CEBRIÁN HERREROS M, 2008)**

Tales vinculaciones se desarrollan en un ámbito virtual que genera a su vez un ciber mundo. Y todo ello atravesado por los procesos de interactividad de los usuarios. Emerge la comunicación en red social en la que todos los participantes se vinculan por razones de afinidad de cualquier tipo, por intereses en temas o aficiones comunes o por relaciones profesionales. La red queda abierta a la participación de cualquier grupo nacional o extranjero. Se crea una red social global. Las vinculaciones son muy flexibles. Pueden ser más o menos permanentes o perecederas. Cada participante se incorpora por una vez o mientras dure la red. La red está permanentemente abierta para nuevas entradas o para salidas. La red se amplía o se reduce. No hay compromiso alguno.

Las redes sociales propiciadas por la web 2.0 abren el proceso comunicativo a las relaciones de intercambios de mensajes mutuos entre los usuarios. En unos casos actúan de emisores y en otros de receptores, pero también a la inversa. Las redes sociales se amplían como una malla en la que aparecen diversos nodos como puntos de encuentros, a partir de los cuales la malla sigue ampliándose. Al final resulta un modelo muy complejo y alejado de los modelos unidireccionales e incluso de los bidireccionales. Emergen los modelos multidireccionales con la modificación permanente de las funciones. Ya no hay emisores y receptores fijos ni permanentes sino que cada uno de ellos según cada caso cumple una función u otra. Se crea con ello lo que Jean CLOUTIER (2001: 92-93) denomina el EMEREC: el ser que nace de emisor y receptor (EMetteur-Etre-RECepteur). Cualquiera de los participantes son productores de textos. **(CEBRIÁN HERREROS M, 2008)**

Las organizaciones empresariales se ven modificadas. Ya no es un grupo empresarial el que organiza la red, sino cualquier persona que desee contactar e intercambiar mensajes con otras. Se pasa de los procesos comunicativos masivos a los personales y de grupos. No importan tanto los procesos de emisión y de recepción cuanto los de las interrelaciones e interacciones que se establecen entre todos los participantes como productores-receptores de textos generados por cada uno de ellos. La investigación sobre los emisores y sobre los receptores se orienta en estos casos a observar y analizar el

papel que juega cada uno de ellos, en qué momentos intervienen, cuáles son las interrelaciones, influencias y repercusiones, cuáles son los predominios de unos sobre otros y cuál es la intraculturización que hacen de todo ello.

Ya no es el enlace entre dos usuarios, sino que hay usuarios que actúan como nodos que redistribuyen cuanto reciben e incorporan, además, elementos propios. Las redes sociales llevan a Internet el universo de los intereses de la vida cotidiana de cada persona o de cada grupo. No queda excluido ningún tema. A pesar de los intentos taxonómicos de los diversos temas abordados en estas redes, inmediatamente quedan desbordados por el nacimiento durante el propio proceso taxonómico de otros cientos de temas.

Por tanto, los tradicionales análisis de contenidos adquieren otras dimensiones de mayores complejidades por las trabazones que cada uno de los procesos comunicativos genera. Se da entrada a los hipervínculos dentro de cada sistema expresivo: escritura, sonidos, imágenes y, además, a la integración de unos con otros hasta llegar a una configuración plenamente multimedia. **(CEBRIÁN HERREROS M, 2008)**

## **INTERACCIÓN CON MATERIALES INTERACTIVOS**

Cuando el usuario emplea un material interactivo se establece una comunicación entre el sujeto y la máquina; una interacción resultante de la presentación de unos estímulos a través del ordenador, ante los cuales el sujeto emite una determinada respuesta, a la que el programa reacciona presentando una nueva situación perceptiva. Para que se establezca esta comunicación entre sujeto y materiales es necesario que el código simbólico que utiliza el material sea comprendido por el usuario. Por otra parte, y para que esta actuación (observable externamente) sea fruto de una elaboración cognitiva consciente e intencional (interna) por parte del sujeto, el intercambio de elementos perceptivos debe ser integrado de manera significativa en sus aprendizajes anteriores.

Vygotski (1979) señalaba que las personas desarrollan formas de interpretar y estrategias para relacionarse con su mundo que está estrechamente vinculadas con el tipo de interacciones que pueden establecer con las herramientas y sistemas de signos externos (códigos de comunicación que emplean signos externos con significados). De esta manera,



si los productos multimedia emplean nuevos códigos simbólicos (nuevos elementos con significación: iconos, hipertextos, enlaces,...) y nuevas estructuras sintácticas (estructuras no lineales, estructuras indexadas...), las personas desarrollaran nuevas estrategias para interpretar los mensajes que se vehiculan a través de ellos y para relacionarse con ellos; de manera que sus habilidades cognitivas o posibilidades de aprendizaje podrán verse modificadas.

Analizando de qué manera se consiguen canalizar las informaciones a través de los nuevos materiales y procurando comprender por qué los niños se sienten tan fácilmente identificados con ellos, se podría establecer una relación de similitud entre la manera en que se presentan los elementos (la estructura sintáctica que se adopta para presentarlos) y la manera en que las personas conectan las informaciones en su pensamiento. (MERITXELL ESTEBANELL, 2002)

## **Desarrollo cultural en los adolescentes**

### **¿Qué es el desarrollo Cultural?**

Podría entenderse el desarrollo cultural como el conjunto de acciones que son emprendidas por los Estados y sus distintos niveles de organización político-administrativa, con el fin de orientar la conservación, utilización y transformación de los elementos culturales propios y ajenos, la creación de nuevos y la innovación de los existentes que en conjunto constituyen la diversidad de expresiones culturales y artísticas de un determinado territorio, con el objeto de que generen bienestar a la población, su progreso moral e intelectual y una participación activa en la sociedad.

La finalidad del desarrollo cultural sería producir fenómenos que contribuyan a comprender, reproducir o transformar todas las prácticas e instituciones dedicadas a sostener el sistema social. No solo es comprender instrumentalmente la estructura del entorno o actuar en concordancia con los procesos territoriales con miras a construir sus propios futuros, sino a generar un control autónomo de los recursos: vale decir a mejorar el sistema democrático de decisiones sobre los recursos, y la transparencia de los recursos y la diversidad cultural.

Progresivamente, en la idea de desarrollo cultural se ha comprendido la importancia del desarrollo humano, el reconocimiento de la diversidad cultural y la sostenibilidad ecológica, con lo cual además logra integrar las potencialidades del territorio, las habilidades culturales de su gente y la armonía con el medio ambiente, si bien esta idea varía de país a país, de región a región, y de institución a institución.

El tema del desarrollo cultural se había trabajado vinculado con la descolonización de los países asiáticos y africanos, los cuales tenían que rehacer sus culturas e identidades maltrechas. Huelga decir, que la connotación política del desarrollo cultural se ha ido ocultando progresivamente desde entonces hasta ahora y olvidando que sus elementos políticos fraguaron los derechos humanos a la diferencia, identidad, diversidad y autodeterminación culturales. Toda la historia desaparece al ser subsumida la cultura en aspectos estrictamente económicos. **(Zambrano Rodriguez)**

### **Importancia del desarrollo cultural**

Los símbolos culturales como el arte, la literatura, el lenguaje y la religión, junto con los valores y creencias de una comunidad, forman su esencia y se manifiestan a través del estilo de vida de quienes pertenecen a ella. Cada cultura es especial, distinta y es esa diversidad lo que más nos enriquece y hace que esta sea importante. Entendemos por cultura a todas aquellas manifestaciones materiales, espirituales e ideológicas que representan a una o varias personas y que las identifican como parte de un conjunto mayor de individuos. Nuestros patrones de conducta, sistemas de creencias, principios y formas de vida derivan de la cultura, que en pocas palabras es la suma de todas las formas de arte, de amor y de pensamiento, que con el paso del tiempo han permitido a los seres humanos ser más libres.

La cultura tiene una estrecha relación con el desarrollo de nuestra actitud pues nuestros valores influyen en la forma que vivimos. De acuerdo con la definición conductista, esta es el último sistema de control social donde las personas tienen el dominio de sus propias normas y conductas desde que nacen hasta que mueren, todo esto debido al proceso que atraviesa el ser humano desde su nacimiento. **(Bembibre, 2011)**

## **Categoría del desarrollo cultural**

La categoría desarrollo cultural se puede definir como un proceso a través del cual un estado o cualquier ámbito territorial, incluyendo el municipio, la comunidad y en una escala más reducida, el barrio incrementa la participación de la población en la vida cultural y promueve la creatividad de todos los ciudadanos. De igual modo define su identidad y diversidad, ajustándose a las condiciones históricas concretas de su contexto y a un proyecto de futuro.

Ante todo, debe quedar claro que desarrollo cultural no es una acción aislada que realiza alguna individualidad o que surge espontáneamente, como la mala hierba. Al contrario, desarrollo cultural reviste características de proceso, en el cual deben actuar un grupo de factores implicados, llámese Estado, Gobierno, o Asociaciones municipales, comunales u otras, que tengan prestigio o influencia en las decisiones.

La participación es un eje transversal de cualquier modelo de desarrollo cultural, en tanto la población debe sentir como suyo el proyecto, para que lo pueda hacer realidad de manera efectiva. Por eso propone que la población participe activamente en la elaboración del proyecto desde su inicio. De igual modo, el proyecto debe recoger y dar respuesta a las necesidades sentidas que razonablemente puedan ser satisfechas en un período dado.

Promover la creatividad y la defensa de la identidad y diversidad cultural son también propósitos concretos de los proyectos de desarrollo cultural, los cuales no deben perder la perspectiva de ubicación en su contexto sociocultural y económico. **(Fernández García, 2011)**

## **La Cultura**

Los humanos son los únicos portadores de cultura ya que son los que poseen las propiedades para crear y para sustentar una cultura. Estas propiedades únicas son el lenguaje (uso de símbolos) y un sistema nervioso complejo con funciones elevadas como la memoria amplia para detalles, el raciocinio, etc. Pero si bien todos poseemos cultura,

tenemos que hablar de culturas diferentes ya que cada uno, como miembro de una sociedad determinada detenta una cultura específica. Por lo tanto no hay humanos sin cultura ni cultura sin humanos.

Las creencias y conductas compartidas por aquellos que pertenecen a una misma cultura, cumplen una función de brindar lógica, cohesión y de reconstituir los nexos entre ellos. De tal manera el individuo se asegura una cierta seguridad ya que ante una situación determinada tiene una serie de conductas e ideas que le indican cómo actuar, lo que posibilita una estabilidad y un ordenamiento social y existencial. Veamos la definición clásica de cultura de Taylor "cultura es todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, el derecho, las costumbres..." Sin embargo la cultura no es una colección de rasgos y piezas sueltas. Si lo fuera sería muy fácil para el antropólogo su trabajo ya que podría perfectamente ir a un determinado pueblo y "juntar los rasgos de su cultura": vasijas, vestimenta, ritos, oraciones, armas, etc.

La cultura no es una mera colección de objetos y costumbres varias sino que hay que considerarla como un sistema. Sistema es algo más que la suma de las partes, son elementos interrelacionados de tal manera que forman una estructura particular y un todo. Dos sistemas pueden tener los mismos elementos, pero al estar relacionados de diferente manera, resultan ser totalmente distintos. Así si quiero dar cuenta de un sistema, por ejemplo si quiero estudiarlo, no tengo solamente que enumerar los elementos sino que explicar cómo están relacionados entre sí. La cultura es una manera particular de interrelación de los elementos integrantes. Por este motivo el trabajo antropológico tiene su dificultad ya que tiene de encontrar la manera precisa en que se unen, integran, oponen, ocultan, los elementos de una cultura precisa. Por lo tanto la cultura puede ser también definida como la suma total integrada de rasgos de conducta aprendida que son manifestados y compartidos por los miembros de una sociedad (Adamson Hoeble E. 1993). El ser humano es el único en poseer cultura, la cual se hereda socialmente. El niño desde el primer momento que llega al mundo entra en contacto con su cultura y se va moldeando (aculturando). Así la cultura es una invención humana y una herencia social. Se contraponen con la herencia biológica, la herencia de los rasgos físicos, por ejemplo, así como de los instintos innatos y reflejos. En el hombre y la mujer no se heredan biológicamente las conductas sino que son aprendidas dentro de una cultura determinada. **(Anastasia Téllez, s.f.)**

## **Importancia de los jóvenes para el desarrollo cultural**

Referir la importancia que tienen los jóvenes para la vida social, económica y política de un país pareciera ocioso, no sólo por lo que este grupo etario implica para el futuro de una sociedad, sino por la importancia que tiene para los organismos de la sociedad civil e instituciones gubernamentales que participan en el diseño de las políticas públicas orientadas a protegerlos, educarlos, ofrecerles empleo, cuidar su salud y apostar por ellos para ofrecerles una mejor calidad de vida. Este texto ofrece un breve recuento de algunas políticas públicas internacionales y de México dirigidas a los jóvenes, pero también de su acercamiento a las nuevas tecnologías como espacio de interrelación y visibilización de sus preocupaciones y demandas sociales, políticas y culturales.

Los jóvenes se desenvuelven en colectividades en las que desarrollan prácticas comunes que hacen que se identifiquen como miembros de una sociedad específica; en ocasiones, se convierten de manera simbólica en propietarios de espacios públicos en los que realizan actividades sociales, culturales y recreativas a las que les atribuyen un determinado significado. (Ortiz M y Vargas Y, 2011)

## **Los jóvenes y los dilemas culturales**

Los jóvenes, como la cultura, pueden ser entendidos de maneras muy diferentes. Proponemos para este artículo entender por jóvenes a dos grupos de edad distintos, los adolescentes y los jóvenes propiamente dichos, para aludir con ellos a la etapa completa de transición mediante la cual las sociedades organizan en la población el paso que conduce desde la niñez hasta la adultez. En este sentido, los miembros de las generaciones jóvenes viven un intervalo finito en el que tienen por misión construir su proceso de autonomización. Ese proceso supone al menos tres formas de maduración, corporal, psicológica y social, al final de las cuales se entra en el terreno de la vida adulta, una obligación que pesa de diverso modo según el sector social, con menor duración entre los sectores populares, con una postergación en el caso de los sectores medios y altos. (Urresti)

En esta larga transición, entonces, los sujetos tienen que resolver varias cuestiones problemáticas: al principio, hacerse cargo del cambio corporal, de la sexualización, de la necesidad de definir un objeto de deseo; en ese momento inicial, tendrán que asumir el principio de una vocación, encarar estudios medios con cierta dirección y asumir ciertas responsabilidades que exceden las que suelen pesar sobre los niños.

También tendrán que ir diferenciando un proyecto identificatorio como adultos, ciertas posiciones subjetivas, juicios, estilos de acción a través de los cuales actuar autónomamente o, de otro modo, como legisladores de su propio destino. Estas cuestiones, enroladas tradicionalmente dentro del período adolescente, suponen tensiones y conflictos, tanto internos, en la medida en que cada adolescente lucha con su necesidad de orientación y libertad, como externos, cuando se entra en diferendos con la autoridad paterna, escolar o del orden social.

Al hablar de dilemas culturales entre los jóvenes hacemos referencia a una serie de procesos sociales, desarrollos históricos y transformaciones en diversos órdenes de la vida social, que conducen a desacoples y turbulencias en las que aparecen situaciones problemáticas inéditas que abren interrogantes a la hora de ensayar soluciones.

Una vez que estas cuestiones reciben respuesta, más o menos satisfactorias según el sujeto y su entorno inmediato, comienza la segunda fase de maduración que es la juventud propiamente dicha. En este período se transita hacia la adultez según cinco caminos o vías: del ámbito de los estudios al mundo del trabajo; de la dependencia económica de los padres a la manutención económica propia; de la dependencia habitacional hacia la conquista del techo propio; del ensayo amoroso con parejas cambiantes a un equilibrio de vínculos afectivos en forma de convivencia estable y reconocida por el entorno; finalmente, de una posición en la familia como hijos a otra como padres. Esta transición reconoce grados y tiene duraciones distintas según el sector social, el género y el hábitat: suele ser más veloz en sectores populares, en los poblados pequeños y entre las mujeres, más lenta entre los sectores medios y altos, en las grandes ciudades y entre los varones.

Ahora bien, cuando hablamos de dilemas culturales entre los jóvenes nos referimos a una serie de procesos sociales, desarrollos históricos y transformaciones en diversos órdenes de la vida social que conducen a desacoples y turbulencias en las que aparecen

situaciones problemáticas inéditas que abren interrogantes a la hora de ensayar soluciones. Es decir que bajo la forma del dilema se presentan situaciones cuya conflictividad es tan novedosa y desafiante que no se pueden anticipar las vías o los modos en los que se desplegarán los arreglos que serán comunes en el futuro. (Urresti).

## **Adolescencia e identidad sociocultural**

El desarrollo de la identidad tiene su momento crucial en la adolescencia. Esta etapa es importante desde la perspectiva del desarrollo y configuración de la personalidad pues en ella se definen aspectos de gran importancia para la vida futura. La adolescencia es una etapa de crecimiento (incremento, expansión) y desarrollo (nuevas capacidades y potenciación de recursos personales). El joven llega por su propio camino y a su propia manera a este crecimiento y maduración. Pero se encuentra afrontando cotidianamente los problemas que le rodean. Es normal que experimente una crisis y que muestre un cierto grado de desorganización y confusión ya que debe establecer un logro de identidad, definiendo aspectos claves de sí mismo y de su relación con el ambiente y su entorno cultural. (Anastasia Téllez, s.f.)

## **Participación de los adolescentes en el desarrollo cultural**

Es indudable que, desde el punto de vista psicobiológico, la pubertad marca la aparición del ser productor y reproductor, por lo que los hitos del desarrollo son más claramente un continuo entre adolescencia y juventud conformando lo que podemos llamar fase juvenil. Dicho lapso marca aspectos diferenciales en el desarrollo que se reflejan en importantes transformaciones psicosociales. Aun cuando, desde el punto de vista psicosocial y económico, los extremos etáreos de la fase juvenil concentran poblaciones en estadios diferentes, en el diseño de las políticas y sus paradigmas, existen aspectos relacionados que afectan a ambos grupos cronológicos. Al respecto, cabe la reflexión sobre las consecuencias objetivas que trae para las políticas, programas y proyectos, la superposición etárea de adolescencia y juventud.

Es importante reconocer que, por un lado, se mantiene un discurso sobre la niñez, que subsume a la adolescencia. En sociedades jóvenes, donde la esperanza de vida es menor, las personas cumplen períodos más breves de actividad y son relevados más rápidamente por las generaciones siguientes. Se da así la paradoja de que la juventud, como tal, es débilmente reconocida (Liebel, 1992). Heckadon (2000) señala que los planteamientos etéreos que unen niñez y adolescencia en las propuestas, no facilitan el desarrollo de políticas de juventud y generan dificultades desde las realidades legales y sociales del sujeto. El discurso sobre el sujeto joven no ha logrado ubicar la dualidad adolescencia-juventud: la juventud engloba la adolescencia, pero la adolescencia no engloba a la juventud. **(Krauskopf, 2000)**

## **Las sub-culturas**

Los jóvenes no sólo construyen su identidad en la relación que tienen con las diversas instituciones socializadoras: familia, Iglesia, escuela, vecindario, partidos políticos, medios de comunicación y otros. Cada una de éstas tienen requerimientos específicos de acuerdo a los cuales busca generar e imprimir rasgos particulares de comportamiento en el joven, según la función, interés y objetivos particulares de cada una de ellas.

Los grupos culturales específicos llamados para este trabajo sub-culturas, a los que pertenecen los jóvenes cochabambinos, juegan un papel determinante en el proceso de formación de los rasgos particulares. Estos grupos o sub-culturas donde se desenvuelven, constituyen espacios específicos de confluencia, es una identificación entre iguales, por ejemplo, las formas de significación y de lenguaje de los jóvenes en nuestra ciudad presentan una serie de rasgos que varían según sus posiciones regionales (barrio), sociales (formación) y culturales.

Las sub-culturas representan un espacio autónomo con respecto a la familia, a la escuela y al trabajo. Los jóvenes se apropian de recursos simbólicos con el fin de dar sentido a su propia situación específica y construir una identidad individual y colectiva. Por eso decimos que cuentan con diversos canales de expresión y medios de comunicación propios de estos grupos, desde el uso de paredes, panfletos, folletos, hojas volantes hasta el



uso de cámaras de vídeo, computadoras (Internet), cassettes de música y otros. Todo depende de las posibilidades y recursos con que cuenten. Estos grupos tienen lugares de encuentro o de espacios de desenvolvimiento según al grupo de pertenencia, desde la calle, plazas, la esquina del correo, El Prado, hasta la discoteca, centros comerciales, los cafés, pizzerías, heladerías y otros. **(Lopez, 2002)**

## **Cultura y sistemas de comunicación**

La tecnología digital permite la integración de varios modelos de comunicación en una red interactiva. Las potencialidades de esta tecnología hacen factible la incorporación de textos, imágenes y sonidos en un mismo sistema, e incluso la integración de todos los medios de comunicación dentro de una estructura interactiva de espectro mundial, multidireccional y de libre acceso. Aunque todas estas opciones son posibles en Internet y constituyen las materias primas de ésta, existen límites de capacidad, de equipamiento técnico, de posibilidades de acceso de toda la población e incluso para la formación de ésta; Ortiz Chaparro (1996) ha puesto el acento en ésta última, ya que explotar las capacidades potenciales de Internet al máximo, requiere un aprendizaje y una práctica de uso basada en la diestra utilización de herramientas intermediarias como el ordenador, entre otras vías de trabajo.

La ruptura con los esquemas espacio-temporales y ritmos que apoyaban otros medios como la televisión, así como las posibilidades de interactividad que propicia Internet constituyen algunas características del lenguaje digital a partir del cual se pueden generar formas de pensamiento más abstractas apoyadas en la descontextualización de conocimientos. Uno de los ámbitos en que se puede materializar estas transformaciones son los modos de pensar y desarrollar la ciencia educativa. La actividad científica como área de actividad humana, que requiere procesos de abstracción de gran complejidad, constituye el objeto de interés de este análisis y, especialmente, las transformaciones que puede promover el uso generalizado de este medio en los procesos de investigación mismos. Como miembros de la comunidad científica universitaria, nos resulta especialmente oportuna una reflexión en torno a dos líneas complementarias: a) las potencialidades de Internet para la actividad científica y, b) los retos que la educación debe enfrentar en la formación investigadora. **(García R y Gonzales E, 2015)**

La importancia que adquieren los espacios culturales que las Tecnologías de la Información y la Comunicación constituyen es sugerido por Cebrián Herreros (1992) a partir de las funciones que cumplen las tecnologías: a) como transformadoras de la realidad; b) como mediadoras en la producción de conocimiento; y, c) como forma de introducir la realidad, con todas sus mediaciones, en las aulas. Con este enfoque, el autor destaca "una triple relación de la técnica unificada por la creación de un mundo artificial cuyos resultados más que un reflejo de la realidad hay que considerarlo como una producción social de la realidad" (218-220), lo que pone de relieve la naturaleza simbólica y mediadora de este instrumento para el desarrollo mental vinculado a múltiples esferas de la actividad humana.

Las actuales Tecnologías de la Información y la Comunicación sustentan su desarrollo en una serie de innovaciones de carácter expresivo que transforman su organización y posibilidades de mediación. Para Cebrián Herreros (1992) estas innovaciones se pueden resumir en las siguientes: digitalización, automatización de los procesos de trabajo, interactividad, la aparición de hiper-sistemas (hipertexto, hipermedia), y la alta definición en el mundo de las imágenes y sonidos inteligentes que se desarrollan en los sistemas expertos y de inteligencia artificial. . (García R y Gonzales E, 2015)

### **Cultura: factor determinante del desarrollo humano**

La cultura se aprende. Y es precisamente esa complejidad humana, determinada por la cultura y en ese hecho de interrelacionarse, lo que muchas veces ocasiona tensiones entre grupos. ¿Por qué? Porque el ser humano no es una especie social con una cultura única y pasiva. En un territorio determinado puede haber grupos tan diversos caracterizados por la cultura que los ha formado desde su nacimiento. Entonces, debemos tener claro que la evolución del ser humano es permanente, por lo que la cultura humana será dinámica y progresiva, marcada únicamente por los límites humanos.

En otras palabras, el ser humano es un ser cultural. Y es de recalcarlo: la cultura es un hábito que se aprende o se asimila. Desde antes de nacer estamos ya influidos por una cultura, la que nuestros procreadores traen inscrita, es decir, su historia de vida. Pero aunque el ser humano vive en sociedad y con una cultura, esto no quiere decir que sea un

autómata de la sociedad; al contrario, dentro de esa sociedad y con el libre albedrío del que está dotado, es capaz de imaginar, crear y razonar; es capaz de tomar sus propias decisiones, a diferencia de los animales, que viven en manadas varados en una forma de vida dependiente del clima y de otros factores puramente físicos.

El ser humano no ha nacido predestinado, lo ‘predestina’ el medio social y natural donde se desarrolla. ¿Podemos entonces asegurar que la cultura es modificable para lograr el desarrollo de una comunidad o grupo social? Antropológicamente la respuesta es sí, ya que —como mencionamos anteriormente— la cultura es dinámica. Pero para transformarla se necesita conocer sus raíces, su evolución y su estado actual dentro de la sociedad. De ahí que a las sociedades modernas se les entiende por su cultura, su transformación colectiva y sus nuevos valores que les han permitido desarrollarse. Pero hay que tener muy en claro que la cultura no es la sociedad. El problema en todo este planteamiento es cómo transformar la cultura de un pueblo o grupo social que se ubica fuera del orden establecido. **(Rivas R, 2015)**

### **El sentido de la cultura en el desarrollo de los pueblos**

Dados los acontecimientos recientes, las dinámicas de internacionalización y transnacionalización de la economía, el intercambio cultural se ha masificado y las sociedades cada vez más se ven obligadas a transformarse en su interior. Así se evidencia que las fronteras territoriales y culturales son más difusas con la imposición de dinámicas culturales impuestas desde las potencias. Luego de más de dos décadas, la mayor atención ha estado concentrada en la expansión del comercio, de la economía y del mercado internacional, en apoyo con los diversos Estados-Nacionales que colaboran en el proceso, sin contemplar el aumento en la asimetría política y económica. **(Martínez H, 2015)**

Ahora bien, la cultura como pilar del desarrollo ha provocado fuertes debates epistemológicos entre los diferentes actores que participan en la construcción de los modelos de desarrollo de las naciones (Sen, 2004). Es así como desde los Naciones Unidas, en asocio con las UNESCO, a través de los diversos programas para el desarrollo a

nivel mundial, se ha mostrado un interés mayor por comprender que la cultura es uno de los pivotes del desarrollo de los pueblos, teniendo en cuenta que fortalece las libertades fundamentales, mejora la infraestructura cultural, económica y remunerativamente reafirma las actitudes y aptitudes y el comportamiento social; robustece la participación política y ciudadana, vigoriza la solidaridad social y cooperación; y refina la formación en valores y fortalece la re-memorización de la herencia histórica.

Lo importante es reconocer que a partir de los esfuerzos que los organismos internacionales han hecho, se ha logrado considerar e incluir a la cultura como dimensión del desarrollo, de tal forma que sería necesario profundizar este debate desde la academia, teniendo en cuenta las dimensiones del concepto del desarrollo contempladas por las ciencias sociales. Abordar la reflexión sobre el lugar de la cultura en el desarrollo económico de una sociedad, implica establecer relaciones entre dos grandes conceptos que a su vez refieren a dos de las dimensiones más complejas de cualquier sociedad contemporánea, la cultura y el desarrollo. **(Martínez H, 2015)**

### **Cibercultura una forma contemporánea de comunicación multimedia**

La frontera no es un lugar exclusivo propio; es también el lugar del “otro”, es el lugar de la exposición de la alteridad, en la que se revitaliza la cultura, se intercambian sentidos y se abortan tradiciones, producto del choque de construcciones simbólicas. Más que de prácticas estáticas, la frontera propone una lectura de lujos, trayectorias, vínculos y relaciones en conflicto y negociación; de no lugares modernos, si se quiere. De este contexto trata el presente texto. **(Rojas J. Salazar J, 2012)**

Para desarrollar la reflexión se tratarán tres apartados. En primer lugar se describirá cómo la triple relación comunicación-interacción-tecnología generó una nueva condición en la manera como las sociedades de finales del siglo XX –y lo que lleva el siglo XXI– han construido sus discursos, prácticas y ambientes culturales, proyectando representaciones políticas, económicas, sociales y territoriales. En segundo lugar se desarrollará un estado de arte acerca de los estudios sobre cibercultura y la forma como se ha abordado este concepto en los últimos treinta años.

Finalmente se articulará una relación sobre el ciberespacio, entendido como una construcción virtual, es decir, una combinación de ambientes físicos y digitales, que más que un lugar –en el sentido de “lugar geográfico”, como se entiende tradicionalmente– se constituye como un territorio simbólico, un corredor construido entre las posibilidades digitales y las tensiones físicas. **(Rojas J. Salazar J, 2012)**

## **Desventajas de la diversidad cultural**

Con la multiplicidad lingüística hay mejores y mayores opciones para la comunicación. Unos podrán entenderse en su propia lengua, en su lengua nativa o dominante, otros elegirán una segunda lengua optativa u obligatoria o una combinación de ambas. Esas son, precisamente, unas de las principales ventajas: las opciones comunicativas, la heterogeneidad y la diversidad, en medio de las estructuras comunes que pudieran existir, de las palabras cognadas y de las influencias subyacentes. **(Terrazas B. Hermosillo R. Macias P, 2016)**

## **Desventajas**

El aislamiento, justamente, la incomunicación, la imposibilidad de entenderse con otros hablantes de lenguas que no conocemos, que no dominamos o que parecen difíciles de asimilar, si no es con el estudio y la práctica constantes. ¿Cómo le hacemos, por ejemplo, para dialogar en mandarín, leer en alemán o escribir en portugués al mismo tiempo? De que es posible, lo es, pero, ciertamente, con estudio, con el interés y con la práctica de esas lenguas y de otras más, que de otra forma, serían inasibles, herméticas e incomprensibles para todos. **(Terrazas B. Hermosillo R. Macias P, 2016)**

# CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

## SECCIÓN TERCERA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

**Art.16.-** Todas las personas en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

- ✓ Una comunicación libre intercultural, incluyente, diversa, y participativa en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
- ✓ El acceso universal a la tecnología de información y comunicación.
- ✓ La creación de medios de comunicación social, y el acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radio eléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libre para la explotación de redes inalámbricas.
- ✓ El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
- ✓ Integrar los espacios de participación previstos en la constitución en el campo de la comunicación. (**Asamblea constituyente**)

**Art.17.-** El estado fomentara la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y el afecto.

- ✓ Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
- ✓ Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

- ✓ No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

#### **Sección cuarta Cultura y ciencia.**

**Art. 21.-** Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas. No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 22.-** Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 23.-** Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 24.-** Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 25.-** Las personas tienen derecho a gozar de los beneficios y aplicaciones del progreso científico y de los saberes ancestrales. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

#### **Derechos de las comunidades pueblos y nacionalidades.**

**Art. 58.-** Para fortalecer su identidad, cultura, tradiciones y derechos, se reconocen al pueblo afro ecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución, la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 59.-** Se reconocen los derechos colectivos de los pueblos montubios para garantizar su proceso de desarrollo humano integral, sustentable y sostenible, las políticas y estrategias para su progreso y sus formas de administración asociativa, a partir del conocimiento de su realidad y el respeto a su cultura, identidad y visión propia, de acuerdo con la ley. se (**Asamblea constituyente, s.f.**)

**Art. 60.-** Los pueblos ancestrales, indígenas, afro ecuatorianos y montubios podrán constituir circunscripciones territoriales para la preservación de su cultura. La ley regulará su conformación. Se reconoce a las comunas que tienen propiedad colectiva de la tierra, como una forma ancestral de organización territorial. (**Asamblea constituyente, s.f.**)

## **2.2 MARCO REFERENCIAL SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

Paul DiMaggio director de Center for the Study of Social Organization en su investigación realizada en el año 2014, manifiesta que: la influencia de la comunicación multimedia en la producción y el uso de la cultura están condicionada por tendencias más amplias que conforman la manera en que las personas deciden usar las affordances que proporciona la tecnología. Hemos visto que la influencia de internet depende, en primera instancia, del grado en el que la experiencia digital, en sustitución de la analógica, satisfaga a los consumidores; en segunda instancia, de la medida en que los productores compitan por obtener inversiones financieras (en cuyo caso deberán generar beneficios competitivos), en lugar de conformarse con lo necesario para subsistir y, en tercera instancia, de la capacidad de las compañías del mundo de la cultura de sacar partido a los cambios inherentes a la producción y distribución digital. (**DiMaggio Paul, 2014**)



Internet ha tenido un impacto relativamente pequeño en teatros, compañías de ballet y orquestas tradicionales porque estas organizaciones ofrecen un servicio que requiere la presencia física de un público de carne y hueso. Lo mismo puede decirse, con mayor motivo, del sector de la gastronomía, cuyo valor surge del encuentro sensual entre el consumidor y el producto. Instituciones que se dedican a la exhibición de las artes visuales se han visto afectadas solo de manera marginal, aunque es posible que en el futuro los museos virtuales tengan una presencia mayor. Los trabajadores en estos sectores tienen muy en cuenta internet, por supuesto, y en todos ellos las páginas web y los medios de comunicación sociales desempeñan un papel importante en marketing, ventas y recaudación de fondos. Pero internet no ha trastocado sus modelos básicos de negocio. **(DiMaggio Paul, 2014).**

Manuel Castells, Profesor senior del Internet Interdisciplinary Institute (IN3) de la UOC. Indica que: cuando hablamos de sociedad del conocimiento nos estamos refiriendo a un nuevo paradigma tecnológico, que tiene dos expresiones fundamentales: una es Internet y la otra es la capacidad de recodificar la materia viva. Lo que quisiera mostrar es cómo la dimensión cultural, es decir, el sistema de valores, creencias y formas de constituir mentalmente una sociedad, es decisiva en la producción y las formas de estas tecnologías clave de nuestros paradigmas. Por tanto lo voy a centrar sobre Internet, no sólo porque es lo que conozco más, sino porque es algo que ya está en la práctica social, la afirmación es la siguiente: Internet no es solamente ni principalmente una tecnología, sino que es una producción cultural. Y esto es lo que voy a intentar argumentar histórica y empíricamente. Eso no quiere decir que no haya tecnología en Internet naturalmente, hay tecnología informática, pero esa tecnología ya no es un protocolo de comunicación.

Si bien existen muchas formas de hacer protocolos de comunicación, hay muy pocas de hacer comunicación informática. Por ejemplo, los franceses inventaron muy culturalmente Minitel, que quiere decir: "Yo te digo cómo debes comunicar y, en lugar de darte la guía de teléfonos o las páginas amarillas, te doy un ordenador y un terminal". Además, el término francés es interesante: ordenador como 'creador de orden', orden a partir de un código y este código definido por su autoridad central. Entonces, Internet es una producción cultural: una tecnología que expresa una cierta y determinada cultura.

Asimismo, quiero hacer referencia a cómo Internet, una vez que existe como tecnología potente insertada a la práctica social, tiene efectos muy importantes, por un lado, sobre la innovación —y, por tanto, la creación de riqueza y el nivel económico; y por otro lado, sobre el desarrollo de nuevas formas culturales, tanto en el sentido amplio, es decir, formas de ser mentalmente de la sociedad, como en el sentido más estricto, creación cultural y artística. (Castells, 2002).

### **2.2.2 Categoría de análisis 1: Comunicación Multimedia**

**Definición.** – la comunicación multimedia estudia el desarrollo de los procesos interactivos cuyo fin es ofrecer un producto de alta complejidad y fácil comprensión al ser humano.

#### **Operacionalización de las subcategorías**

- ✓ Comunicación
- ✓ Multimedia
- ✓ Internet

### **Categoría de análisis 2: Desarrollo Cultural**

**Definición.** – Fortalecimiento del conjunto de creencias, conocimiento y tradiciones de un determinado grupo social.

#### **Operacionalización de las Subcategorías**

- Cultura
- Adolescentes
- Influencia en su personalidad

## 2.3 POSTURA TEÓRICA

Según María Cristina Rosas señala que:

Las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) tienen un impacto creciente en la cultura. Los ejemplos abundan pero basta mencionar la manera en que las tic han producido cambios sustanciales en la industria editorial en la producción de música, películas y otros productos audiovisuales, muchos consideran que ello coadyuva a oportunidades de cambio social, aunque hay razones para dudar. En cualquier caso el tema es debatido dada su importancia, tanto por sus actores gubernamentales como no gubernamentales incluyendo empresas y también organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas, para la educación las ciencias y la cultura (UNESCO).

De entrada, es sabido que la accesibilidad digital no es equitativa en el mundo y ello tiene que ver directamente con el nivel de desarrollo de los países. Así, las naciones menos desarrolladas son las más afectadas por la brecha digital puesto que para acceder a la red y a los servicios que en ella se ofertan, se requieren recursos materiales y humanos especializados. El analfabetismo digital hace su parte, y no sólo toca a los sectores más desfavorecidos, sino que se erige también en una barrera para la comunicación intergeneracional. **(Rosas, 2018)**

Luis Quiroga Sichacá indica que:

A lo largo del devenir histórico de la cultura, ha sido de gran interés la configuración de las sociedades como instrumentos de humanización; de acuerdo con el tipo de sociedad es la clase de ser humano y viceversa. Es en sociedad donde tradicionalmente se adquiere identidad y se construye mundo, y esto convierte las relaciones con el otro en punto de partida de la constitución de lo humano, entendido hoy, entre otras acepciones, como sujeto. Lo humano se plantea entonces desde la interacción de sujetos en los diferentes ámbitos de la sociedad y la cultura. Y en esta actualidad la revolución tecnológica ocupa para muchos un lugar primordial, y se convierte de esta manera en puente cultural entre saberes, personas y sociedades. Así, el mundo de la cultura como

creación humana se arma hoy en los sujetos y progresa con la tecnología, porque el ser humano no crea de la nada, recrea mundos a partir de su contacto con las cosas, objetos representados y llenos de significado en un universo simbólico, universo rico en formas y contenido que no pasa desapercibido, que se modifica, transforma y reconfigura palabras clave; cibercultura, tecnología, sociedad humano, humanidades. **(Quiroga Sichacá L, 2018).**

## **2.4 HIPÓTESIS**

### **2.4.1 Hipótesis general o básica**

Determinando la relación de la comunicación multimedia mejorara el desarrollo cultural en los adolescentes del sector playa grande, ciudad de Quevedo, año 2019.

### **2.4.2 Sub hipótesis o derivadas**

- ✓ Determinando la relación de la comunicación multimedia con los adolescentes del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.
- ✓ Analizando el estado actual de las herramientas tecnológicas del desarrollo cultural del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.
- ✓ Diseñando talleres de información mejorara el desarrollo cultural de los adolescentes del Sector Playa Grande, Ciudad de Quevedo.

## **2.5 Variable**

### **2.5.1 Variable independiente**

Comunicación multimedia

### **2.5.2 Variable dependiente**

Desarrollo cultural

## **CAPITULO III**

### **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Resultados obtenidos de la investigación**

Los resultados obtenidos de la investigación conciernen a las técnicas de entrevista que se le aplico a docentes, además se recopiló información mediante la investigación de campo, bibliográfica y descriptiva, seguido de la toma de encuesta a la población, lo que me permitirá elaborar un proyecto satisfactorio y con soluciones viables a la problemática. De acuerdo a los datos recopilados el número de población del sector Playa Grande es de 1300 adolescentes.

Por medio de la comunicación multimedia, se debe motivar a los adolescentes a ser participes de programas y proyectos culturales del antes mencionado sector, para que de esta manera ellos obtengan un conocimiento profundo de sus orígenes y cultura de su pueblo, así rescatar la y fomentar la cultura en el sector, y de esta manera evitamos que malgasten su tiempo en cosas no productibles o sumergirse en vicios que podrían destruir su vida.

La muestra explica de manera probabilística al número de personas que se empleara un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas, para de esta manera estar conociendo más a fondo la problemática, y presentar las recomendaciones y conclusiones.

**Tabla 1: Población y muestra**

<b>Involucrados</b>	<b>Población</b>	<b>%</b>	<b>Muestra</b>	<b>%</b>
Habitantes	1350	100%	1350	100%
Total	1350	100%	1350	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

Total de encuesta: 308

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

E= Error de muestreo

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

$$n = \frac{1350}{0,05^2(1350-1)+1} = \frac{1350}{0,0025(1349)+1} = \frac{1350}{4.37} = \mathbf{308 \text{ Encuestas a realizar}}$$

### **3.1.2 Análisis e interpretación de datos**

Para efectuar un análisis más amplio se procederá aplicar la encuesta, a la población de sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, donde se investigara la cultura

Valoración: para alcanzar los objetivos trazados el tipo de valoración es informativa, explicativa, comunicativa y de resolución proporcionando propuestas, alternativas y solución que beneficien a toda la comunidad.

Las encuestas que se aplicaran serán de interrogantes abiertas y cerradas, para que la población no tenga dificultad al responder, y pueda brindar su opinión de una manera segura, sobre la relación y aporte que tienen los medios multimedia con los adolescentes del antes mencionado sector.

**Si**

**No**

**Tal vez**





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



**Encuestas realizadas a los adolescentes del sector Playa Grande.**

**1.- ¿Tiene usted acceso al internet en su hogar?**

- Si   
No

**2.- ¿Conoces cuáles son los medios de comunicación multimedia?**

- Si   
No

**2.- ¿Qué dispositivos multimedia utiliza más?**

- Celular   
Laptop   
Consolas

**3.- ¿Cuántas horas al día utiliza las diversas plataformas que ofrece la comunicación multimedia?**

- 1 a 2 horas   
2 a 4 horas   
4 horas o más

**4.- ¿Considera usted, que el uso de los medios de comunicación multimedia influyen en el desarrollo cultural del sector Playa Grande?**

- Si   
No   
Tal vez

**5.-¿ Qué red social utilizas más?**

Facebook

WhatsApp

Instagram

Twitter

**6.-¿ Cree usted, que interactuando por medio de las redes sociales mejoraría el desarrollo cultural del sector Playa Grande?**

Si

No

Tal vez

**7.- ¿Conoce si realizan programas para el desarrollo cultural del sector?**

Si

No

**8.- ¿a través de qué medios de comunicación te gustaría mantener informado sobre los acontecimientos de tu sector?**

Televisión

Radio

Internet

**9.-¿ Cree Ud. que sería beneficioso para la comunidad la implementación de programas culturales?**

Si

No

## 1.- ¿Tiene usted acceso al internet en su hogar?

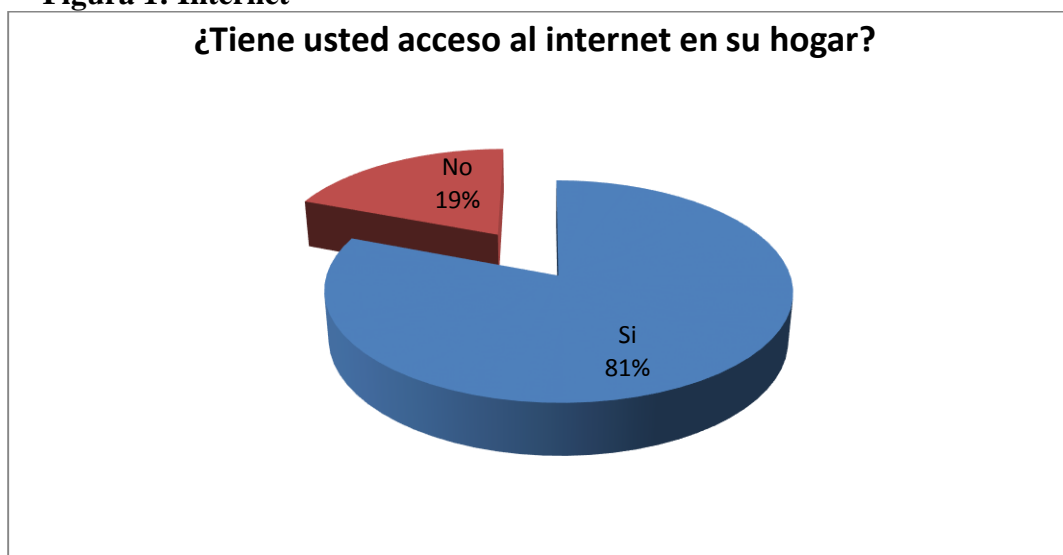
**Tabla 2:** Internet

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	249	81%
No	59	19%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 1:** Internet



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** la encuesta realizada a los adolescentes del sector Playa Grande demuestra que el 81% tiene acceso al internet desde su hogar mientras que 19% no tiene acceso.

**Interpretación:** Por medio del sondeo efectuado se pudo evidenciar que la mayor parte de adolescentes tiene acceso al internet en su hogar.

## 2.- ¿Conoces cuáles son los medios de comunicación multimedia?

**Tabla 3:** medios multimedia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	197	64%
No	111	36%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 2:** medios multimedia



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** de acuerdo a la encuesta realizada a los adolescentes del sector Playa Grande demuestra que el 64 % tiene conocimiento de los que son los medios multimedia, mientras que 36 % desconocen los que son los medios multimedia.

**Interpretación:** Por medio del sondeo efectuado se pudo evidenciar que la mayor parte de adolescentes tienen conocimiento de lo que son los medios multimedia.

### 3.-¿De preferencia que dispositivos multimedia utiliza más?

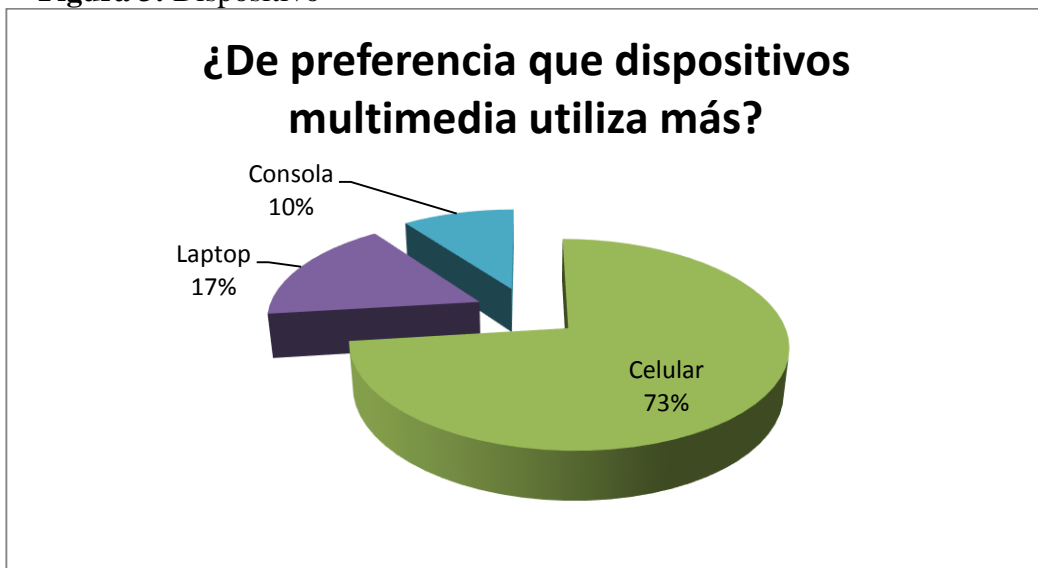
**Tabla 4:** Dispositivos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Celular	225	73%
Laptop	52	17%
Consola	31	10%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 3:** Dispositivo



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** el 74% de los encuestados señala que utiliza más los celulares, el 16% indica que utiliza laptop y un 10% señalan que prefieren las consolas.

**Interpretación:** por su rapidez y tamaños los celulares son los más preferidos por los adolescentes del sector Playa Grande.

**4.-¿Cuántas horas al día utiliza las diversas plataformas que ofrece la comunicación multimedia?**

**Tabla 5:** plataformas multimedia

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 2 horas	36	12%
2 a 4 horas	118	38%
4 horas o más	154	50%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 4:** plataformas multimedia



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** Un 50% de los encuestados señala que, utiliza más de 4 horas las diversas plataformas que ofrece la comunicación multimedia, mientras que el 16% indica que utiliza de 2 a 4 horas y un 10% señalan que las utiliza de 1 a 2 horas.

**Interpretación:** la mayor parte de los adolescentes se encuentra sumergidos más de 4 horas en las diversas plataformas que ofrece la comunicación multimedia

**5.- ¿Considera usted, que el uso de los medios de comunicación multimedia influyen en el desarrollo cultural del sector Playa Grande?**

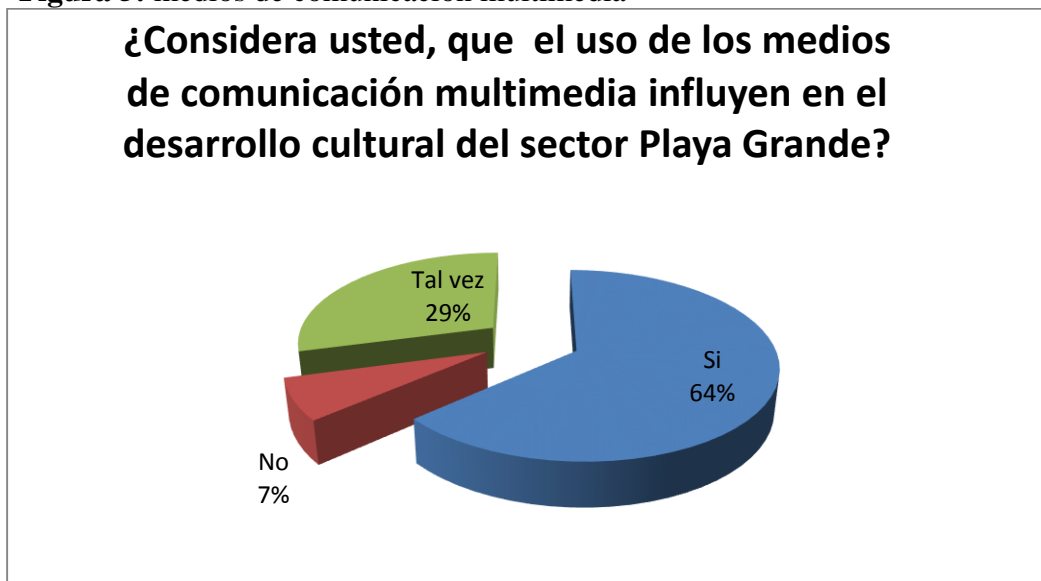
**Tabla 6:** medios de comunicación multimedia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	196	64%
No	22	7%
Tal vez	90	29%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 5:** medios de comunicación multimedia



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** el 64% los encuestados indican que los medios de comunicación multimedia si influyen en el desarrollo cultural del sector, mientras que el 7% opinan que no, y un 29% cree que tal vez.

**Interpretación:** los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, consideran que si influyen los medios de comunicación multimedia en el desarrollo cultural del sector.

## 6.- ¿Qué red social utilizas más?

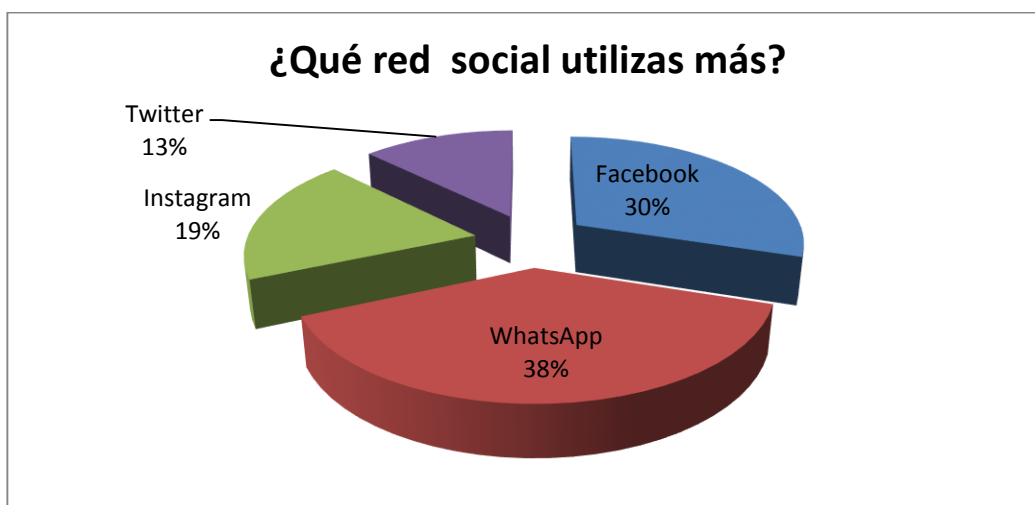
**Tabla 7:** redes sociales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	92	30%
WhatsApp	119	38%
Instagram	58	19%
Twitter	39	13%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 6:** redes sociales



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** en la presente encuesta con un 39% los adolescentes indican que la red más utilizada es WhatsApp, seguida por Facebook con un 29% mientras que un 19% utiliza Instagram y un 13% Twitter.

**Interpretación:** los adolescentes del sector indican que las redes sociales más utilizada es el WhatsApp y Facebook, redes que podríamos utilizar para fomentar el desarrollo cultural.



**7.- ¿Conoce si realizan proyectos o programas para el desarrollo cultural del sector?**

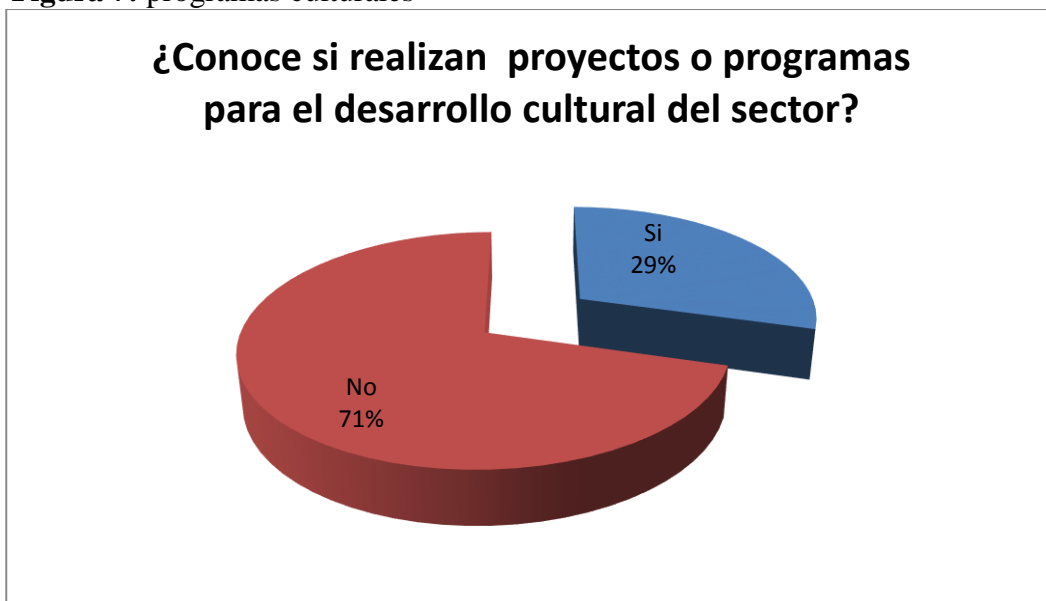
**Tabla 8:** programas culturales

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	90	29%
No	218	71%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 7:** programas culturales



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** en la encuesta realizada sobre la realización de programas culturales en el sector Playa Grande de la Ciudad de Quevedo, se pudo evidenciar que el 71% no tienen conocimiento si realizan programas culturales en la comunidad mientras que el 29% manifiesta que si lo hacen

**Interpretación:** Es necesario que se impartan información a través de los medios multimedia y realicen eventos que incentiven a los adolescentes a evolucionar su cultura.

**8.- ¿a través de qué medios de comunicación te gustaría mantener informado sobre los acontecimientos de tu sector?**

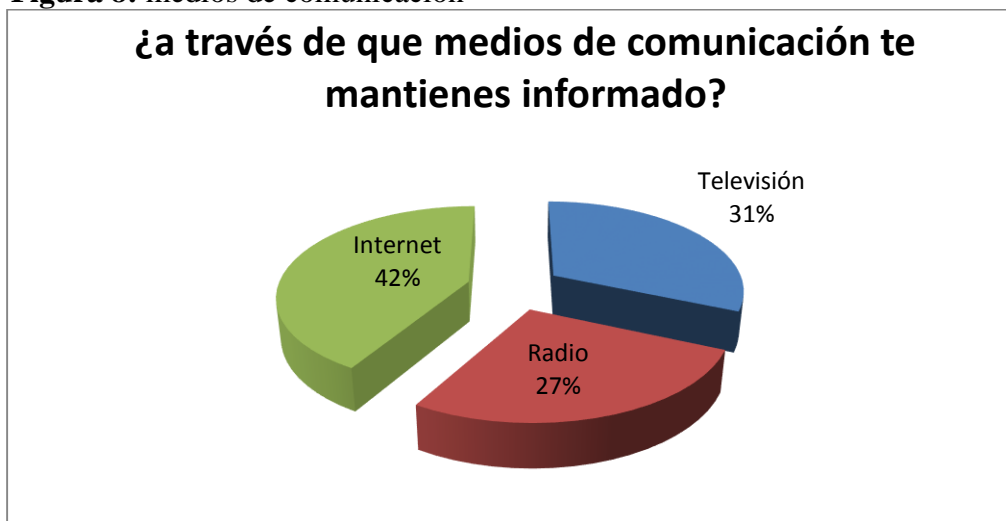
**Tabla 9:** medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	97	31%
Radio	83	27%
Internet	128	42%
Total	306	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 8:** medios de comunicación



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** en la presente encuesta con un 39% los adolescentes indican que la red más utilizada es WhatsApp, seguida por Facebook con un 29% mientras que un 19% utiliza Instagram y un 13% Twitter.

**Interpretación:** los adolescentes del sector indican que las redes sociales más utilizada es el WhatsApp y Facebook, redes que podríamos utilizar para fomentar el desarrollo cultural de esta población.

**9.- ¿Cree Ud. que sería beneficioso para la comunidad la implementación de programas culturales?**

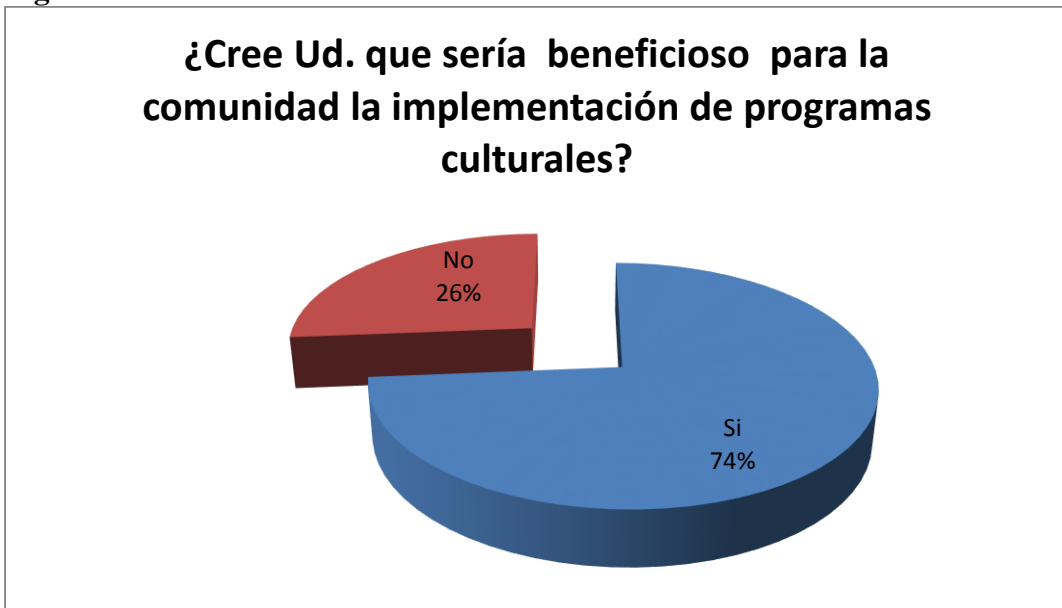
**Tabla 10:** implementación de programas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	227	74%
No	81	26%
Total	308	100%

**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Figura 9:** medios de comunicación



**Fuente:** Adolescentes del sector Playa Grande

**Elaborado por:** Evelin George

**Análisis:** de acuerdo a la encuesta realizada a los adolescentes del sector Playa Grande con 74% indican que sería beneficioso la implementación de programas culturales en la comunidad, mientras que el 26% opinan que no.

**Interpretación:** la mayor parte de los adolescentes consideran que es necesaria la implementación de programas culturales en su sector, para que a través de estos proyectos ellos se mantengan entretenidos y gasten su tiempo en cosas positivas para su vida.

## **3.2 Conclusiones específicas y generales**

### **3.2.1 Específicas**

Mediante la investigación realizada en el sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, se pudo constatar que los adolescente del antes mencionado sector, están enlazados en el mundo del internet, pero no conocen a fondo cuál es su identidad cultural, ya que solo ven actos culturales cuando son las fiestas patronales del antes mencionado sector o su Ciudad. Por medio de este estudio, se pudo determinar, la relación que existe entre los medios de comunicación virtual y los adolescentes.

Demostrar qué relación tiene los medios de comunicación multimedia con los adolescentes del antes mencionado sector, por medios de las encuestas aplicadas, se conocerán el uso y manejo que les dan a los medios multimedia.

Se concluye que los adolescentes del sector, utilizan la comunicación multimedia para interactuar entre amigos, mantenerse entretenidos y conocer personas, pero no para estar informados de las actividades o eventos que realicen en su sector, por lo que se considera necesario que se impartan talleres, sobre el buen uso de los medios multimedia y la importancia de la cultura en un individuo.

De acuerdo a lo investigado, se evidencio que los medios multimedia son de suma importancia para el desarrollo cultural de una comunidad, aunque los adolescentes omiten la influencia que estos tienen en la evolución cultural del sector,

### **3.2.2 General**

Actualmente los adolescentes no le dan un buen uso a los medios multimedia, por lo que sería esencial para las personas y más aún para los jóvenes, que se fortalezca por estos medios la cultura ya que es muy importante que las personas sepan su origen y tengan un perfecto conocimiento sobre tal y fomenten de esta forma su cultura.

### **3.3 RECOMENDACIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES**

#### **3.3.1 Especifica**

Por medio de las diferentes plataformas multimedia, se recomienda a las autoridades barriales que impartan información y realicen eventos culturales y dinámicos para que los adolescentes, tengan un óptimo conocimiento sobre que es la cultura, su importancia para una determinada comunidad o pueblo, y le den un buen uso a los medios multimedia, de esta manera elevaría y fomentaría la cultura del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo.

Actualmente la mayor parte de las personas por comodidad espacio y tiempo se encuentran comunicados e informados a través de los dispositivos electrónicos, por lo que se sugiere fomente y difundan el buen uso y manejo de los medios multimedia para que de esta manera toda la comunidad salga beneficiada.

Es necesario se propongan páginas web a los adolescentes para que interactúen entre ellos y de esta forma se pueda fomentar el desarrollo cultural de dicho sector y sea beneficiada toda la comunidad.

Se sugiere que los adolescentes tenga un criterio formado sobre el buen uso de los medios de comunicación multimedia y la importancia del desarrollo cultural, para que de esta manera ellos conozcan sus orígenes y cultura de una forma más dinámica y poco aburrida, ya que los medios multimedia se han vuelto una cultura en los seres humano.

#### **3.3.2 General**

Crear talleres de información a través de los medios de comunicación multimedia brindara a los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, a tener un óptimo conocimiento y mejor aprendizaje, el cual beneficiara de una u otra forma a toda la comunidad.

## **CAPITULO IV: PROPUESTA TEÓRICA DE LA EVALUACIÓN**

### **4.1 PROPUESTA DE APLICACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1.1 Alternativa obtenida**

Realizando talleres de información donde impartan el buen uso de la comunicación multimedia, mejorara y fortalecer el desarrollo cultural de los adolescentes del sector Playa Grande del cantón Quevedo, y de la misma forma beneficiara a toda la comunidad debido a que el desarrollo cultura es de suma importancia para la evolución de los pueblos y comunidades.

#### **4.1.2 alcances de la alternativa**

El preste trabajo investigativo, tiene como objetivo realizar talleres, donde se impartirá varias temática sobre el uso de los medios de comunicación multimedia para fortalecer el desarrollo cultural y plasmaran varias ideas, el mismo que se socializara con los jóvenes del sector Playa Grande, de esta forma se motivara a los adolescentes a utilizar de una manera correcta los medios de comunicación multimedia.

En Los talleres que se realizarán, se especificaran de una manera precisa las temáticas que se trataran, de tal forma que los talleres sean llamativos y de interés para los adolescentes, también usaremos asesoramiento de profesionales que tengan conocimiento y información adecuada sobre la cultura, estos talleres serán dictados a los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, talleres que serán aplicados con el consentimiento de la población, que formo parte de esta investigación.

### **4.1.3 Aspectos básicos de alternativa**

#### **4.1.3.1 Antecedentes**

Actualmente la comunicación multimedia, se ha vuelto una nueva manera de comunicarse y se ha transformado en un fenómeno tecnológico y cultural proporcionando ventajas a las personas que la utilizan correctamente, las herramientas tecnológicas contribuye y facilitan el trabajo y desarrollo cultura de las comunidades.

La comunicación multimedia se ha vuelto indispensable en la vida de las personas en especial de los adolescentes, por que ha llegado a ser un medio de comunicación que les permite informarse, comunicarse e interactuar de una manera más rápida.

Sin embargo en el sector Playa Grande, del cantón Quevedo, las autoridades del antes mencionado sector, realizan pequeños eventos culturales, pero los jóvenes no se sienten atraídos, por lo que los moradores se encuentran preocupados y ven de forma positiva, la realización de talleres y creación de estrategias para llamar la atención de los jóvenes y de esta forma mantenerlos entretenidos y alejado de los vicios. De esta manera se fortalecerá el desarrollo cultural del antes mencionado sector.

Los medios multimedia son parte del diario vivir de los seres humanos, por la facilidad que tiene de acceso a ellos y lo que les permite realizar, a través de estos las personas pueden visualizar, mantenerse informado y compartir ideas etc.

#### **4.1.3.2 Justificación**

La presente investigación se justifica por la relevancia y aporte del tema a la comunidad. Los talleres informativos se realizarán con el objetivo de concientizar a los adolescentes del sector Playa Grande, el buen uso, manejo y beneficio de los medios de comunicación multimedia.

El contenido de los talleres contribuirá a los adolescentes el uso correcto de los medios de comunicación multimedia, y mejorará el desarrollo intelectual de los jóvenes, es elemental difundir y plasmar ideas sobre la cultura, para que de esta manera no se pierda las tradiciones y cultura del sector y nuestro país pluricultural.

La población beneficiada serán los adolescentes del antes mencionado sector, ya que a ellos se les socializará y dictará los talleres, mediante las encuestas realizadas se pudo evidenciar que los jóvenes no tienen entendimiento del uso correcto, manejo ventajas y desventajas de la comunicación multimedia. Por tal la propuesta planteada permitirá que los adolescentes sepan sobre su cultura y le den un buen uso a los medios multimedia.

Es esencial que se practique el desarrollo cultura y presentar proyectos estratégicos que incentiven a los adolescentes a fomentar la cultura para que a través de esta manera no se pierdan las tradiciones costumbres y cultura de esta comunidad, aprovechando de esta manera que la comunicación multimedia facilita la comprensión, comunicación y aprendizaje en las personas ya que se asemeja a la comunicación de las personas en forma directa.



## **4.2. Objetivos de la propuesta**

### **4.2.1 Objetivo general**

Crear talleres de información sobre los medios de comunicación multimedia para mejorar y fortalecer el desarrollo cultura de los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo.

### **4.2.2 Objetivo específico**

- Desarrollar los talleres de capacitación sobre los medios de comunicación multimedia para perfeccionar el desarrollo cultural de los adolescentes.
- Diseñar estrategias de desarrollo cultural a través de los medios de comunicación multimedia para llamar la atención de los adolescentes y promover la cultura.
- Socializar a los talleres con los adolescentes del sector Playa Grande y puedan mejorar el desarrollo cultural del sector.

## **4.3 Estructura general de la propuesta**

### **4.3.1 Título del taller**

Talleres de información de los medios de comunicación multimedia para promover y fortalecer el desarrollo cultural en los adolescentes del sector Playa Grande.

### **4.3.2 Componentes**

La realización de la propuesta que se desarrollara en base de los objetivos específicos, estructurados de la siguiente manera:

- Desarrollar los talleres de capacitación sobre los medios de comunicación multimedia para perfeccionar el desarrollo cultural de los adolescentes.
- Diseñar estrategias de desarrollo cultural a través de los medios de comunicación multimedia para llamar la atención de los adolescentes y promover la cultura.
- Socializar a los talleres con los adolescentes del sector Playa Grande y puedan mejorar el desarrollo cultural del sector.

Figura 1: portada de talleres



Fuente: <https://es.123rf.com>

Elaborado por: Evelin Lisseth George Ronquillo

## CONTENIDO DE LOS TALLERES

- **La comunicación**
- **Medios de comunicación multimedia**
- **Identidad cultural**

**Taller 1:** la comunicación


**Fecha:** Diciembre

**Horario:** 3 a 6 pm

**Beneficiarios:** adolescentes del sector Playa Grande del cantón Quevedo.

**Día:** 1

<b>Hora</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recurso</b>	<b>Responsable</b>
<b>15:00</b>	Organizar a los adolescentes para entablar una excelente comunicación	Palabras de bienvenida Y socialización del tema	Parlante Computadora Micrófono	<b>COMUNICADOR SOCIAL</b>
<b>15:15</b>		<b>Plantear ideas y estrategias</b> <b>La comunicación.-</b> En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información	Parlante Computadora Micrófono Pizarra marcadores	<b>COMUNICADOR SOCIAL</b>

		<p>o algún significado.</p> <p>Teniendo en cuenta ésta breve introducción, a continuación veremos en términos más específicos cuál es la definición de comunicación, revisando antes algunas ideas y definiciones propuestas por expertos en temas de comunicación, mercadotecnia y administración. <b>(Thompson I, 2008)</b></p>  <p><b>¿Conoces sobre las ventajas de los medios multimedia? ¿Transmítanos una experiencia que hay tenido con los medios de comunicación multimedia?</b></p>		
16:30		<p><b>Manifiestar las habilidades Medios multimedia</b></p> <p>Con la llegada de los dispositivos multimedia, el público en general comenzó a interesarse por esos ordenadores que eran capaces de reproducir videos, fotografías, música y 'además', también servían para trabajar, es tal la importancia del concepto, que la tecnología de hoy en día no sería igual sin él. La creación de estos dispositivos ha sido sin duda un gran avance tecnológico, puesto que dotó al usuario de medios más cómodos y cercanos a su propia experiencia.</p>	<p>Parlante Computadora Micrófono</p>	<p><b>COMUNICADOR SOCIAL</b></p>

		<p><b>Importancia de la cultura</b></p> <p>La cultura tiene una estrecha relación con el desarrollo de nuestra actitud pues nuestros valores influyen en la forma que vivimos. De acuerdo con la definición conductista, esta es el último sistema de control social donde las personas tienen el dominio de sus propias normas y conductas desde que nacen hasta que mueren, todo esto debido al proceso que atraviesa el ser humano desde su nacimiento.</p> <p><b>Exposición de un video sobre la identidad y cultura Ecuatoriana</b></p> <p><a href="https://youtu.be/tPdez_cK7ek">https://youtu.be/tPdez_cK7ek</a></p>		
17:20		<p><b>Emplear y examinar</b></p> <p>Los adolescentes se reúnen para compartir ideas y comentar sobre el tema tratado</p> <p>1.- dinámica y programa de ejercitación con los jóvenes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo.</p> <p>2.- Proporción de materiales y recurso para que los adolescentes desarrollen los libretos.</p> <p>3.- sugerencias y propuestas sobre el taller impartido.</p> <p>4.- Revisión de talleres y clausura</p>	<p>Parlante</p> <p>Computadora</p> <p>Micrófono</p>	<p><b>COMUNICADOR SOCIAL</b></p>
18:00		<p><b>Entrega de Aperitivo</b></p>		

## **Procedimiento**

### **La comunicación**

En términos generales, la comunicación es un medio de conexión o de unión que tenemos las personas para transmitir o intercambiar mensajes. Es decir, que cada vez que nos comunicamos con nuestros familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, etc., lo que hacemos es establecer una conexión con ellos con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Teniendo en cuenta ésta breve introducción, a continuación veremos en términos más específicos cuál es la definición de comunicación, revisando antes algunas ideas y definiciones propuestas por expertos en temas de comunicación, mercadotecnia y administración. **(Thompson I, 2008)**

### **Características de la comunicación multimedia**

Cuando se refieren a mensajes informativos, la mayoría de las definiciones coinciden en señalar como rasgo esencial de la comunicación multimedia el hecho de integrar contenidos textuales y audiovisuales en un mensaje único. Existen, no obstante, definiciones como la del Diccionario de términos informáticos e Internet que prescinden del texto como uno de los elementos constitutivos de los mensajes multimedia, quizá por considerar a la palabra escrita uno más de los contenidos “visuales”. Este diccionario define multimedia como una combinación del sonido con la información visual que se presenta o bien para informar o bien para entretener (Downing et al., 1997: 239). Con todo, lo más común es que se describa a los mensajes multimedia como aquellos que reúnen en un soporte único texto, sonido e imagen estática y móvil. **(SALAVERRÍA, 2001)**

De entrada, esta definición básica se podría ampliar un poco más añadiendo que, al menos en teoría, el mensaje multimedia no tendría por qué limitarse sólo a esos tres códigos principales. No en vano, avances tecnológicos recientes han mostrado que ya es posible transmitir a través de las redes digitales estímulos que afectan a otros sentidos corporales como el tacto o el olfato. Así, por lo que a tacto se refiere, son ya bastante comunes los aparatos de realidad virtual que reproducen sensaciones espaciales

tridimensionales generadas de forma electrónica y, en cuanto al olfato, en la primavera de 2000 se difundió la noticia de un nuevo aparato que permitía reproducir aromas de forma remota a través de mensajes enviados por correo electrónico (Noticias.com, 2000), y a finales de 2000 ya existía un sitio en Internet dedicado a comercializar ese tipo de tecnología. La interactividad como rasgo consustancial a lo multimedia también es cuestionable. (SALAVERRÍA, 2001)

## Hipermedias para el aprendizaje y la intervención

### Talleres creativos

Promueven la construcción y/o realización de nuevos entornos creativos a través del uso de elementos simples. Por ejemplo, juegos de construcción, talleres. (Belloch C, 2012)



### Programas de ejercitación y práctica

Presentan un conjunto de ejercicios que deben realizarse siguiendo la secuencia predeterminada del programa. Se basan en la teoría conductista y utilizan un feedback externo para el refuerzo de las actividades. Han sido muy cuestionados desde la perspectiva pedagógica, aunque tienen un importante desarrollo y uso en actividades que exigen el desarrollo y ejercitación de destrezas concretas. (Belloch C, 2012)





## **Tutoriales**

Son semejantes a los programas de ejercitación pero presentan información que debe conocerse o asimilarse previamente a la realización de los ejercicios. En muchos tutoriales se presenta la figura del tutor (imagen animada o video) que va guiando el proceso de aprendizaje. Siguen los postulados del aprendizaje programado. **(Belloch C, 2012)**



## **Resolución de problemas**

Estas aplicaciones multimedia tienen por objeto desarrollar habilidades y destrezas de nivel superior, basándose en la teoría constructivista. Para ello, se plantean problemas contextualizados en situaciones reales, que requieren el desarrollo de destrezas tales como comprensión, análisis, síntesis, etc. Para ello se proporcionan materiales y recursos para su solución, junto a materiales adicionales para profundizar en el tema planteado. **(Belloch C, 2012)**

## **Comunicadores**

Se conocen también con el nombre de tableros de comunicación. Son aplicaciones multimedia cuyo objetivo es permitir la comunicación de sujetos con graves trastornos motores y dificultades importantes en la emisión de sonidos. Generalmente utilizan voz sintetizada para la reproducción del sonido y sistemas de barrido para el acceso al ordenador. **(Belloch C, 2012)**

## **Identidad cultural de la costa Ecuatoriana**

En Ecuador el mestizaje es un componente fundamental de la identidad nacional. La historia de subyugación de gente indígena durante la época colonial y por medio del gobierno Ecuatoriano ha resultado el crecimiento de representaciones contemporáneas de la identidad étnica que significa una resistencia a la hegemonía del discurso del mestizaje. El tema de este artículo es la expresión colectiva de la identidad cultural en la costa

Ecuatoriana por medio de un análisis del Festival de la Balsa Manteña. El Festival de la Balsa Manteña se celebra cada doce de Octubre y representa la expresión colectiva de la identidad cultural del pueblo Salango.

Yo uso el caso del Festival de la Balsa Manteña para realizar un análisis sobre la expresión pública de las nociones internas de la identidad cultural colectiva. Ecuador es un país de aproximadamente 13 millones de habitantes con una población que es entre 20 y 40 por ciento indígena. En Ecuador la ideología de mestizaje tiene un impacto muy profundo en las relaciones étnicas. Para algunos académicos el mestizaje sirve para oprimir la identidad indígena por el proceso de asimilación (Miller, 2004, Stutzman, 1981, Tilley, 2005, Whitten, 2003a, 2003b, 2007, Whitten y Fine, 1981). El mestizaje se representa un componente importante de la identidad política en Ecuador. **(Bauer, 2010)**



[www.flickr.com/photos/comunidad-salango](http://www.flickr.com/photos/comunidad-salango)

## **Evaluación de los talleres**

- ✓ Los adolescentes del sector Playa Grande de la ciudad de Quevedo, desarrollan satisfactoriamente el taller.
- ✓ los adolescentes del sector manifiestan que es necesario ejecutar un proyecto y programa para fomentar la cultura en su sector.
- ✓ Revisión de los talleres que resolvieron los adolescentes del sector Playa Grande.
- ✓ Retroalimentación de los temas tratados y clausura.

#### **4.4 resultados esperados de la alternativa**

Una vez culminado el proyecto de investigación se define que los talleres son factibles porque se cuenta con la colaboración de las autoridades del sector y el interés de los adolescentes del sector Playa de la ciudad de Quevedo, al aplicar los talleres estamos mejorando el conocimiento y formación de los jóvenes del antes mencionado sector.

Mediante la propuesta realizada a los adolescentes del antes mencionado sector se pudo constatar que ellos se encuentran insatisfechos porque no tienen un profundo conocimiento de lo que es el desarrollo cultural y su importancia, ya que en el sector realizan eventos artísticos cuando son las fiestas de la comunidad pero, jamás impulsan ni promueven la cultura del pueblo mucho menos realizan programas que impartan y enseñen las tradiciones, costumbre y cultura de la ciudad, por lo tanto los adolescentes afirmaron que están presto para formar parte de programas que fomenten la cultura ya que están consienten que se encuentran en una crisis de identidad cultural.

La propuesta aplicada tiene una aprobación total por parte de los moradores de la comunidad, por lo que se espera que las autoridades del sector se sumen y trabajen impulsando y fomentando la cultura del antes mencionado sector y pueblo montubio, para que de esta manera los adolescentes se incentiven y difunda mediante los medios multimedia, todo lo que esté relacionado con el desarrollo cultural.

## BIBLIOGRAFÍA

- Allauca, K. (14 de Septiembre de 2014). Obtenido de EL DISEÑO MULTIMEDIA EN LA SOCIEDAD ECUATORIANA: <https://www.haremoshistoria.net/noticias/-el-disenio-multimedia-en-la-sociedad-ecuatoriana>
- Anastasia Téllez, I. (s.f.). Obtenido de La identidad cultural en la adolescencia: [http://www.dip-alicante.es/hipokrates/hipokrates\\_I/pdf/ESP/414e.pdf](http://www.dip-alicante.es/hipokrates/hipokrates_I/pdf/ESP/414e.pdf)
- Asamblea constituyente. (s.f.). Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Asamblea constituyente. (s.f.). <https://www.oas.org>. Obtenido de [https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)
- Bauer, D. (2010). *TRADICIÓN E IDENTIDAD CULTURAL*:. Obtenido de <http://revista.ujaen.es/huesped/rae/articulos2010/10bauer10.pdf>
- Belloch C. (2012). *APLICACIONES MULTIMEDIA*. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/5119/208062.pdf?sequence=1>
- Bembibre, C. (29 de 12 de 2011). *Importancia.org*. . Obtenido de Cultura : <https://www.importancia.org/cultura.php>
- Castells, M. (Julio de 2002). *LA DIMENSION CULTURAL DEL INTERNET*.
- Castells, M. (Julio de 2002). *LA DIMENSION CULTURAL DEL INTERNET*. Obtenido de <https://www.uoc.edu/cultura>

CEBRIÁN HERREROS M. (12 de Mayo de 2008). *La Web 2.0 como red social de comunicación*. Obtenido de file:///C:/Users/SANSUNG/Downloads/12775-Texto%20del%20art%C3%ADculo-12855-1-10-20110601.PDF

Costa C Piñeiro T. (Junio de 2014). *Estrategias de comunicacion multimedia*. Obtenido de [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jsv2AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Costa+C+Pi%C3%B1eiro+T.+\(2014\).+Estrategias+de+comunicacion+multimedia+.+Barcelona:+UOC\(+oBERTA+UOC+Publishing,+SLU\),+de+esta+edicion,+2014+Gran+Via+de+les+Corts,+872,+08018+Barcelon](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=jsv2AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT5&dq=Costa+C+Pi%C3%B1eiro+T.+(2014).+Estrategias+de+comunicacion+multimedia+.+Barcelona:+UOC(+oBERTA+UOC+Publishing,+SLU),+de+esta+edicion,+2014+Gran+Via+de+les+Corts,+872,+08018+Barcelon)

Danny, J. (10 de 08 de 2012). *es.scribd.com*. Obtenido de [https://es.scribd.com/document/102568700/La Multimedia](https://es.scribd.com/document/102568700/La-Multimedia).

DiMaggio Paul. (31 de Marzo de 2014). Obtenido de La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura. Destrucción creativa y nuevas oportunidades.

Duran, A. (03 de 08 de 2014). <http://www.albertodeduran.es>. Obtenido de comunicacion multimedia : <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/3x10-comunicaci%C3%B3n-multimedia.pdf>

Duran. A. (03 de 08 de 2014). *COMUNICACIÓN MULTIMEDIA*. Obtenido de <http://www.albertodeduran.es/wp-content/uploads/2014/08/3x10-Comunicaci%C3%B3n-multimedia.pdf>

Editorial. (14 de octubre de 2014). *www.importancia.org*. Obtenido de Multimedia: <https://www.importancia.org/multimedia.php>

Elizabeth McCall, y. v. (01 de 2011). Obtenido de COMUNICACION PARA EL DESARROLLO:

[http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communicati  
on\\_form\\_development\\_oslo\\_c4d\\_pda\\_es.pdf](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communicati<br/>on_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf)

Fernández García, G. P. (2011). Obtenido de [http://www.eumed.net/libros-  
gratis/2011a/898/Desarrollo%20Cultural.htm](http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/898/Desarrollo%20Cultural.htm)

Franco Crespo, A. (2013). *determinación del tiempo que los jóvenes de entre 12 y 18 años dedican a los equipos tecnológicos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=331429869005>

García R. (s.f.). Obtenido de INTERNET EN EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA: UN: <https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/view/2295/2133>

García R y Gonzales E. (2015). *INTERNET EN EL CONTEXTO DE LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA: UN*. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/28062123\\_Internet\\_en\\_el\\_contexto\\_de\\_la  
a\\_comunicacion\\_multimedia\\_un\\_instrumento\\_para\\_el\\_desarrollo\\_cientifico\\_en\\_educacion](https://www.researchgate.net/publication/28062123_Internet_en_el_contexto_de_la_comunicacion_multimedia_un_instrumento_para_el_desarrollo_cientifico_en_educacion)

Gutiérrez Martín A. (2010). *Creación multimedia y alfabetización en la era digital*. Obtenido de [https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1SDKM8PKP-DDMQDP-  
1GCP/Creacion\\_multimedia\\_y\\_alfabetizacion\\_en.pdf](https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1SDKM8PKP-DDMQDP-1GCP/Creacion_multimedia_y_alfabetizacion_en.pdf)

Huidobro J. (2007). *Tecnologías de información y comunicación*. Obtenido de [https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1H3108YC5-BYQQP-  
R83/Tecnologias%20de%20Informaci%C3%B3nyComunicacion.pdf](https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1H3108YC5-BYQQP-R83/Tecnologias%20de%20Informaci%C3%B3nyComunicacion.pdf)

Krauskopf, D. (Enero de 2000). *PARTICIPACIÓN SOCIAL Y DESARROLLO*. Obtenido de

[http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Participaci%C3%B3n%20Social%20y%20Adolescencia%20Dina%20Krauskopf\\_0.PDF](http://www.codajic.org/sites/www.codajic.org/files/Participaci%C3%B3n%20Social%20y%20Adolescencia%20Dina%20Krauskopf_0.PDF)

Kulesz, O. (2017). *LA CULTURA EN EL ENTORNO DIGITAL*. Obtenido de <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/dce-policyresearch-book2-sp-web.pdf>

Lopez, P. (2002). *LA CONSTRUCCION CULTURAL DE LOS JOVENES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762002000100006](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762002000100006)

Martínez H. (10 de Diciembre de 2015). *El sentido de la cultura en el desarrollo de los pueblos*. Obtenido de [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/63519/ssoar-kavilando-2016-1-martinez\\_heredia\\_et\\_al-El\\_sentido\\_de\\_la\\_cultura.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-kavilando-2016-1-martinez\\_heredia\\_et\\_al-El\\_sentido\\_de\\_la\\_cultura.pdf](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/63519/ssoar-kavilando-2016-1-martinez_heredia_et_al-El_sentido_de_la_cultura.pdf?sequence=1&isAllowed=y&lnkname=ssoar-kavilando-2016-1-martinez_heredia_et_al-El_sentido_de_la_cultura.pdf)

MERITXELL ESTEBANELL. (2002). *INTERACTIVIDAD E INTERACCIÓN*. Obtenido de [http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1887/1695-288X\\_1\\_1\\_23.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/1887/1695-288X_1_1_23.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Norton, R. (10 de 12 de 2017). *LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA CULTURA*. Obtenido de critica.cl: <https://critica.cl/ciencias-sociales/los-medios-de-comunicacion-y-la-cultura>

Ortega, S. (18 de 11 de 2004). *Comunicacion Multimedia*. Obtenido de [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/comunicacion\\_multimedia.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/comunicacion_multimedia.htm)



- Ortiz M y Vargas Y. (3 de Febrero de 2011). *Escenarios culturales de los jóvenes y participación ciudadana*. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx>:  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-11912011000200006](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912011000200006)
- Pinto, M. (13 de 04 de 2011). Obtenido de Elementos multimedia:  
<http://www.mariapinto.es/alfamedia/cultura/elementos.htm>
- Quiroga Sichacá L. (01 de Abril de 2018). *Lo humano en la sociedad y cultura de la era digita*.
- Quiroga Sichacá L. (01 de Abril de 2018). *Lo humano en la sociedad y cultura de la era digita*. Obtenido de  
[https://www.researchgate.net/publication/331455052\\_Lo\\_humano\\_en\\_la\\_sociedad\\_y\\_cultura\\_de\\_la\\_era\\_digital](https://www.researchgate.net/publication/331455052_Lo_humano_en_la_sociedad_y_cultura_de_la_era_digital)
- Rivas R. (01 de Abril de 2015). *Cultura: factor determinante del desarrollo humano*.  
Obtenido de <https://www.camjol.info/index.php/entorno/article/view/6236>
- Rojas J. Salazar J. (05 de Junio de 2012). *Cibercultura: una forma contemporánea*.  
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5155/515551761008.pdf>
- Rosas, M. C. (26 de Marzo de 2018). *la cultura en la era digital*. Obtenido de  
<https://www.etcetera.com.mx>: <https://www.etcetera.com.mx/revista/la-cultura-en-la-era-digital/>
- SALAVERRÍA. (2001). *Aproximación al concepto de multimedia*. Obtenido de  
[https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5068/1/esmp\\_multimedia.pdf](https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/5068/1/esmp_multimedia.pdf)
- Sanches, J. (2011). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de oportunidades de la comunicación multimedia en la era del 2.0: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=482832>

Terrazas B. Hermosillo R. Macias P. (29 de Septiembre de 2016). Obtenido de <https://bianeytd.wordpress.com/2016/09/29/ventajas-y-desventajas-de-la-diversidad-cultural/>

Thompson I. (Octubre de 2008). *Definición de Comunicación*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/comunicacion/definicion-comunicacion.html>

Urresti, M. (s.f.). <https://www.vocesenelfenix.com>. Obtenido de <https://www.vocesenelfenix.com/content/los-j%C3%B3venes-y-los-dilemas-culturales>

Zambrano Rodriguez, C. V. (s.f.). <http://atalayagestioncultural.es/>. Obtenido de territorio y desarrollo cultural: <http://atalayagestioncultural.es/capitulo/territorio-desarrollo-cultural>