Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Impacto de la Comunicación Audiovisual en la Preservación de la Identidad Cultural de los Estudiantes: Instituto Superior Tecnológico Vicente León

The Impact of Audiovisual Communication on the Preservation of Students' Cultural Identity: Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Verónica Maribel Medina-Ayala[1]
Docente
v.medina@istvicenteleon.edu.ec
Diego Patricio Zambrano-Rendón[2]
Docente
d.zambrano@itsvicenteleon.edu.ec
Instituto Superior Tecnológico Vicente León

Resumen

Esta investigación examina el impacto de la comunicación audiovisual en la alineación, formación y conservación de la identidad cultural de los estudiantes del Instituto Superior

1 Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Comunicación y Educación. Desde el 2009, se desenvuelve en el ámbito de la comunicación institucional, relaciones públicas y gestión de estrategias de comunicación. A lo largo de la carrera, ha desarrollado diversas actividades en instituciones públicas como: Instituto Geográfico Militar, Instituto de la Niñez y la Familia, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Ministerio Urbano y Vivienda. Actualmente, es docente en el Instituto Superior Tecnológico Vicente León, donde imparte su conocimiento en las materias de Comunicación Oral y Escrita, Metodología de la Investigación, Heurística y Semiótica, Marketing Digital, Ética. Código ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3062-3447

2 Ingeniero Diseño Digital y Multimedia, Magíster en Comunicación Audiovisual, docente con 9 años de experiencia en la educación superior en el Ecuador. Su vida profesional se basa en la educación en tercer nivel en instituciones como: Universidad Técnica de Cotopaxi, Universidad Técnica del Norte, Universidad Técnica de Ambato, Instituto Superior Tecnológico Victoria Vásconez Cuvi. Actualmente, se desempeña como docente y coordinador académico en la carrera de Diseño Gráfico y Multimedia del Instituto Superior Tecnológico Vicente León. Código ORCID: https://orcid.org/0000-0001-7835-5934

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Tecnológico Vicente León. En un entorno de formación superior, donde la internacionalización y la modernización pueden tanto desafiar como robustecer las tradiciones y la identidad cultural. Se estudia cómo estas dinámicas influyen en la identidad cultural de los estudiantes a través de una investigación descriptiva y correlacional; describir las características, cualidades del estudio, teniendo como prioridad proporcionar una imagen clara y detallada del contexto, así como los aspectos fundamentales entre las variables del tema de estudio. La aplicación del método inductivo y un enfoque mixto permitieron realizar el análisis, para identificar percepciones, cualidades, características, datos que son obtenidos en encuestas y entrevistas a estudiantes del instituto y profesionales en el tema cultural, respectivamente. Los hallazgos evidencian cómo la comunicación audiovisual juega un papel fundamental en la formación de la identidad cultural de los estudiantes, subrayando su influencia significativa, pues facilita a los estudiantes el acceso a representaciones visuales y narrativas de prácticas culturales, tradiciones y valores que son fundamentales en la formación de una identidad robusta, que contribuye con el crecimiento de una sociedad. Los sujetos de estudio ratifican que el consumo continuo de productos audiovisuales favorece a los estudiantes a desarrollar y consolidar su identidad cultural al proporcionarles una conexión constante con sus raíces y valores culturales.

Palabras clave: comunicación audiovisual, identidad, cultura, medios de comunicación

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Abstract

This research examines the impact of audiovisual communication on the alignment, formation, and preservation of students' cultural identity at Instituto Superior Tecnológico Vicente León. In a higher education environment, where internationalization and modernization can both challenge and strengthen traditions and cultural identity. This study explores how these dynamics influence students' sense of cultural identity through a descriptive and correlational research approach. The study aims to characterize and analyze key aspects of the subject, providing a clear and detailed picture of the context and the fundamental relationships between the variables under investigation.

The application of the inductive method and a mixed approach allowed to perform the analysis, identifying perceptions, qualities, characteristics, and data collected through surveys and interviews to students of the institute and cultural experts, respectively. The findings highlight the fundamental role of audiovisual communication in shaping students' cultural identity, emphasizing its significant influence, since it facilitates students' access to visual representations and narratives of cultural practices, traditions, and values, which are essential in fostering a strong cultural identity that contributes to societal development. The study participants confirm that the continuous consumption of audiovisual products supports students in developing and strengthening their cultural identity by providing them with a constant connection to their cultural roots and values.

Keywords: audiovisual communication, identity, culture, media

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Introducción

El presente artículo analiza cómo influye la comunicación audiovisual en la formación y preservación de la identidad cultural de los estudiantes de educación superior – Instituto Superior Tecnológico Vicente León. En el Ecuador, la comunicación audiovisual mantiene una influencia significativa en la sociedad: a través de esta, las diferentes identidades culturales se expresan, se educan y se mantienen. Desde el punto de vista de Modica–Bareiro (2022), es fundamental entender que la comunicación audiovisual es el proceso mediante el cual se transmiten mensajes a través de un sistema visual y sonoro; es un lenguaje innato de la sociedad que toma fuerza con las nuevas tecnologías y los medios de comunicación virtuales y tradicionales.

Dentro de este marco, es primordial recordar que los medios de comunicación audiovisual tradicionales –el cine y la televisión– desempeñan un papel trascendental en la sociedad en las áreas educativa, social, cultural y política; a esto se suman las nuevas tecnologías y los medios audiovisuales, considerados la base fundamental para la transmisión de narrativas culturales, representaciones locales y tradiciones. Esto se ratifica en la Ley Orgánica de Comunicación (2022 (2013)), que ofrece contenidos educativos, culturales, deportivos y de recreación que contribuyan e incentiven hábitos de vida saludable (art. 78.1).

Si bien es cierto que la cultura, tradiciones y costumbres se transmiten de generación en generación a través del conocimiento vulgar y filosófico en los hogares y a familias; el impacto de la comunicación audiovisual en la formación de la identidad cultural juega un papel prioritario, pues se

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

considera una plataforma que representa y visibiliza la cultura de un sector, comunidad o país. La comunicación de masas, generada a través de los medios de comunicación formales y digitales, difunde contenido que demuestra diferentes estilos de vida, realidades sociales, individuales y locales, como base de una identidad cultural.

La presente investigación busca identificar cómo la comunicación audiovisual incide en la preservación de la identidad cultural, sabiendo que, para Cruz-Rodríguez (2013) …

> La identidad cultural tiene relación con la herencia y las prácticas transmitidas de generación en generación, misma que puede sufrir constante evolución por factores como la globalización, la migración, la tecnología, entre otros que generan cambios en las prácticas e identidad cultural de los individuos. (p. 45)

En efecto, es fundamental estudiar el impacto de la comunicación audiovisual en la identidad cultural de los estudiantes del Instituto Vicente León, que se encuentra ubicado en la zona centro del país; por ende, la comunidad académica que desarrolla sus estudios de tercer nivel en esta institución educativa reside en diferentes provincias del país, lo que implica una interacción de varias culturas de la región costa, sierra y oriente, características valiosas en términos de identidad y patrimonio, que favorecen al panorama cultural global. Ante esta interrelación de las diferentes identidades culturales que convergen en el espacio educativo diariamente, se explorará cómo la comunicación audiovisual contribuye a la identidad cultural, lo que permitirá entender y fortalecer este tipo de comunicación en las aulas de clase y la cotidianidad de los sujetos de estudio.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Fundamentación Teórica

Comunicación Audiovisual en la Sociedad

En la actualidad, la comunicación audiovisual cumple un papel fundamental en la construcción y expresión de la identidad cultural, en especial con el desarrollo de las nuevas tecnologías y el social media, donde las plataformas sociales, redes sociales, páginas web y blogs viralizan la información y pueden contribuir con el cambio social a través de la generación de conciencia sobre problemas sociales y culturales, lo que implica que las personas perciben y entienden la comunicación audiovisual transmitida por medios sociales y tradicionales. A decir de Quadra-Salcedo y Piñar-Mñas (2018), la comunicación audiovisual puede influir en la identidad cultural, así como perpetuar estereotipos:

> La comunicación audiovisual influye en la preservación, pues da visibilidad a grupos culturales que se encuentran marginados a través del relato de sus historias y experiencias; de esta manera educa a las personas y a la sociedad de diferentes culturas, contribuyendo con la empatía y la conciencia intercultural. La construcción de estereotipos, prejuicios culturales, la homogenización cultural y la creación de culturas híbridas es un riesgo latente al que debe someterse la comunicación audiovisual. (p. 709)

Según lo expuesto, la comunicación audiovisual es fundamental en la construcción de una cultura, por lo que es esencial considerar las ventajas y desventajas, sus posibilidades y sus limitaciones, para una adecuada comprensión.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Por consiguiente, la comunicación audiovisual transmite la realidad a través de imágenes y sonido, presentes en la vida cotidiana de forma permanente. Por lo tanto, "estas imágenes pueden ser leídas, entendidas y asimiladas a partir de conceptos y connotaciones individuales, lo que admite la apreciación de representaciones audiovisuales desde una representación subjetiva y bajo la influencia de una perspectiva cultural" (Barthes, 1986, citado en Obando-Pozo y Zambrano-Rendón, 2020). Es así como las representaciones de la realidad y la cultura toman un sentido diferente al momento de ser presentadas y representadas mediante imágenes, sonidos, mensajes y narrativas proyectadas a través de medios de comunicación de masas, sean estos tradicionales, en línea o digitales y social media.

Desde el punto de vista de Obando-Pozo y Zambrano-Rendón (2020), las representaciones audiovisuales se convierten en narrativas del mundo que son reales y que se alejan de las imitaciones; este material es considerado un género que atiende la realidad, a través de la combinación de elementos visuales y sonoros que son generados para comunicar ideas, transmitir mensajes, contar historias y relatos presentados en la sociedad, como películas, videos, presentaciones multimedia, animaciones, cortometrajes, programas de televisión, entre otros géneros de producción que aprovechan lo visual y lo auditivo para crear una experiencia llena de sensaciones y emociones que enriquecen la comunicación (p. 36).

Cuando se habla de la comunicación audiovisual y su relación con la sociedad, se identifican factores primordiales como la educación, cultura, información, entretenimiento

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

e incluso fomenta la opinión pública en la sociedad. Es así como se puede evidenciar que la comunicación audiovisual actúa como un puente cultural que facilita el entendimiento y la integración global, contribuyendo al desarrollo de una sociedad más culta e informada.

La connotación cultural, establecida a través de los diferentes significados, permite identificar la interpretación o respuestas que los receptores generan al identificar los símbolos, colores, imágenes, estructuras narrativas en los contenidos audiovisuales, mismas que serán interpretadas teniendo como base los antecedentes culturales de los individuos. Para Chica-Andrade et al. (2024)…

> la identidad cultural es vista como el modo en que las personas se clasifican y la forma en que las maneras de clasificarse contribuyen en su desarrollo social e individual, basado en una connotación cultural que se sustenta en el conjunto de significados, valores y asociaciones de la realidad. (p. 3)

Debido a esto, la interpretación de las imágenes, símbolos utilizados para crear contenido comunicacional, puede generar significados muy diferentes, dependiendo del contexto cultural de los receptores.

Vale la pena recordar que la comunicación audiovisual y la connotación cultural mantienen una relación estrecha, pues, al generar comunicación visual, se deberá pensar cómo el público interpretará las imágenes y sonidos creados, lo que depende de la cultura individual o grupal de los receptores de la información, facilitando así la participación y el intercambio de contenido en tiempo real.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Cabe decir que la comunicación audiovisual no solo refleja la cultura, las tradiciones y costumbres en las que se desenvuelve la sociedad. Para Rabadán et al. (2018) …

> La comunicación audiovisual posee la capacidad de un individuo para interpretar y analizar desde la reflexión crítica las imágenes y los mensajes audiovisuales. Estimular sentidos y emociones, generando un impacto profundo en las personas y las sociedades. Lo que conlleva influenciar en las actitudes, comportamientos y percepciones del público sobre diversos temas, en especial en la cultura. (p. 51)

A partir de esta realidad, se puede hablar de aculturación, proceso sobre el cual se adoptan y adaptan normas culturales, valores, principios y comportamientos, generando una nueva cultura. En este proceso, la comunicación audiovisual se convierte en el eje principal para mantener y robustecer la cultura o, a su vez, para dar paso a nuevas adaptaciones.

Dentro de este orden de ideas, la comunicación audiovisual mantiene un lenguaje universal donde las historias contadas de forma narrativa pueden superar las barreras lingüísticas, generando una interacción permanente e instantánea entre diferentes culturas, tradiciones, historias, leyendas que refuerzan el sentido cultural de las personas y de los estados; así lo exponen (Muñoz-Cabezas, 2016) en su trabajo de investigación.

En este orden de ideas, la aculturación a través de la comunicación visual tiene relación con el proceso que adoptan los individuos bajo la influencia de programas presentados a través de los medios de comunicación de masas, redes

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

sociales, multimedia, publicidad y marketing, arte y diseño visual.

En ese sentido, se considera la cultura visual todo lo que involucra el campo de la visualidad y las experiencias sociales relacionadas, las cuales son mediadas por las herramientas tecnológicas. Una de las partes más cruciales de la comunicación actual es la imagen visual; por lo tanto, comprender su papel en la transición de significados y valores y en la creación de identidades individuales y colectivas es esencial. Para Obando-Pozo y Zambrano-Rendón (2020), lo visual busca mostrar que existe una relación permanente entre la cultura, el individuo y la comunidad a través de la imagen y el sonido. Reconociendo que la humanidad tiene múltiples horizontes; es decir, las personas se expresan en diferentes contextos y manifiestan su individualidad en una variedad de maneras, apoyados por la comunicación audiovisual como herramienta para fomentar cultura y tradiciones (p. 42).

Cultura y Desarrollo de Identidad

La cultura es fundamental en el desarrollo de la identidad de las poblaciones y sus integrantes, para la preservación y transmisión de formas de vida, costumbres y tradiciones. La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, la Ciencia y la Educación [UNESCO] (2024) enfatiza las percepciones y conceptos como la identidad cultural, los derechos culturales, el diálogo intercultural, la revitalización del patrimonio cultural y el desarrollo de las industrias culturales como componentes intrínsecos de los procesos de desarrollo en sus declaraciones universales. De igual forma, la UNESCO conceptualiza a la cultura como el conjunto de costumbres, tradiciones, historias, creencias, formas de vida

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

y valores que se asemejan a los grupos sociales; a esto se suman las prácticas sociales, religiosas, políticas, deportivas, musicales y gastronómicas que se conservan o evolucionan en el tiempo.

Por otro lado, la identidad cultural, para Molano (2007), engloba un sentimiento de pertenencia a un grupo social y colectivo, con el cual se comparten tradiciones, valores y creencias. Sin embargo, no es estático, ya que se transforma continuamente debido a los cambios provocados por factores internos y externos. La historia cultural se define por la lengua, la historia y otras manifestaciones individuales y colectivas, cuyo agente activo en la sociedad es el individuo, lo que implica que los individuos o colectivos se reconocen históricamente en su propio entorno fiscal y social.

Dentro de este marco, para Muñoz (2016), el desarrollo local es fundamental en la identidad cultural, en especial el turismo comunitario, local e internacional, que es considerado como un activador de la identidad cultural, pues parte de la identidad cultural de un individuo o de una sociedad radica en su patrimonio material e inmaterial, que todas las sociedades lo conservan.

> La cultura y la identidad interactúan constantemente; la primera influye en la formación de la identidad personal. En este sentido, las personas pueden fortalecer su sentido de identidad adoptando elementos culturales propios o externos. La interacción entre diferentes culturas puede generar nuevas formas de identidad que reflejan la mezcla de influencias culturales en sociedades multiculturales. (Muñoz, 2016, p. 7)

Sobre la base de las consideraciones anteriores,

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

la cultura evoluciona en el tiempo y el espacio y, más aún, bajo la influencia de la comunicación audiovisual difundida a través de los medios de comunicación tradicionales y digitales. Ahora bien, como la identidad que caracteriza a los individuos y grupos sociales puede ir transformándose con el tiempo debido a la innovación, intercambio y creatividad que los seres humanos adoptan de acuerdo a las necesidades básicas, físicas, fisiológicas y de autorrealización, lo que conlleva establecer que la identidad cultural no es estática, va cambiando de acuerdo a factores externos e internos y los constantes cambios por la globalización y las nuevas tecnologías.

Es así como la identidad cultural se ve influenciada por la comunicación audiovisual, apoyada en las nuevas tecnologías. La ciudadanía tiene acceso a las diferentes manifestaciones culturales de todo el mundo presentadas a través de productos visuales como películas, reportajes, cortometrajes y más géneros periodísticos, que se convierten en el canal perfecto para preservar o influenciar en la cultura de los individuos y la sociedad.

Medios de Comunicación y Comunicación Audiovisual

En el mismo sentido, Barros-Bastida y Barros-Morales (2015), en su estudio *Los medios audiovisuales y su influencia en la educación*, revelan los resultados arrojados de varios estudios de psicología de la educación, donde se demuestra que el uso de medios audiovisuales en el proceso de enseñanza-aprendizaje es beneficioso. Al utilizar simultáneamente y de forma constante los sentidos -oído y la vista-, ayuda a que los estudiantes asimilen una cantidad de información mayor y de forma más eficaz. Es decir, el proceso de información se

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

facilita, conduciendo a una mejor comprensión y retención de lo observado y escuchado.

De manera que todos los individuos y la sociedad en general aprenden de los contenidos audiovisuales de diferentes formas, esto gracias a la combinación de los diferentes estímulos visuales y auditivos que ofrecen la comunicación audiovisual. Es conveniente destacar lo expuesto por Rabadán et al. (2018), en su trabajo de investigación *Identidad Cultural y Desarrollo, a través del audiovisual participativo,* donde destaca:

> Los procesos dialógicos de aprendizaje se llevaron a cabo con materiales audiovisuales mencionados. Los jóvenes beneficiarios disfrutaron de este ejercicio divertido y enriquecedor y validaron el uso de estas herramientas como herramientas de apoyo para su aprendizaje y adquisición de valores culturales en su camino hacia el objetivo final de convertirse en empresarios. (p. 53)

Sobre la base de lo expuesto, se puede establecer que los estudios de psicología de la educación demuestran que el uso de medios audiovisuales en el proceso de enseñanza y aprendizaje es beneficioso. Al utilizar simultáneamente los dos sentidos del oído y la vista, su trabajo permite que los estudiantes asimilen una cantidad de información mayor. Lo que indica que, al difundir la cultura bajo la comunicación audiovisual, el público puede entender, aprender y asimilar de mejor manera la cultura.

Sin embargo, la exposición a los productos audiovisuales de diferentes culturas y países, que se presentan a través de los otros medios de comunicación de masa, ofrece narrativas de diferentes culturas, lo que

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

conlleva fortalecer la cultura o, a su vez, iniciar la apropiación cultural y la homogenización cultural, basada en la muestra constante de comunicación audiovisual de diferentes partes del mundo, generando una influencia desproporcionada de ciertas culturas sobre otras. Para entender de mejor manera lo expuesto por Modica-Bareiro (2022), se establece un concepto de apropiación cultural:

> La apropiación cultural se establece cuando un elemento cultural de una comunidad o cultura marginada es copiado, imitado, recreado o mercantilizado por la cultura o grupo dominante contra la voluntad de la original. El aspecto patrimonial está relacionado con el uso indebido de elementos culturales por parte de los grupos dominantes en contra de los grupos o comunidades subordinadas. (p. 15)

Según lo mencionado, la comunicación audiovisual tiene la capacidad de promover, fortalecer, crear y modificar los patrones culturales de las personas a través de su difusión en los diferentes medios de comunicación tradicionales, digitales y redes sociales.

La producción de contenido audiovisual implica una inversión económica significativa, lo que limita a profesionales o productoras a realizar contenido comunicacional audiovisual de calidad (Toro-Bravo et al., 2024).

> La preproducción, posproducción, el trabajo de campo, el registro audiovisual, el equipo tecnológico son factores que deben ser tomados en cuenta al momento del desarrollo de material comunicacional audiovisual, que en la mayoría de casos resulta costoso; este es un factor fundamental que no

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

> permite crear el adecuado material comunicacional local. (Toro-Bravo et al., 2024, p. 10)

Es evidente entonces que la producción de comunicación audiovisual está supeditada al factor económico, pues la falta de recursos restringe la producción de material de comunicación audiovisual de calidad, lo que perjudica a la creación de material audiovisual para el enriquecimiento de la cultura local, pues a través de contar una historia o entretener a la audiencia se cumplió con la función de educar.

Es crucial reconocer la importancia de la responsabilidad audiovisual establecida por Nichols (1997, citado en Obando-Pozo y Zambrano-Rendón, 2020), quien resalta el sentido del contenido audiovisual como una actividad que permite justificar la realidad de los pueblos y naciones, evidenciando la razón y el orden, con el propósito de lograr la anhelada difusión de la realidad cultural en su máxima expresión, basada en la libertad y diversidad. Es entonces cuando se sustenta que: "El ámbito audiovisual sigue teniendo un papel residual en la exploración e interpretación del mundo de la experiencia colectiva, lo cual no es considerado como algo menos importante". (p. 55). Estas conceptualizaciones establecen el impacto de los contenidos audiovisuales en la identidad cultural, incide en la formación de opiniones y comportamientos individuales y grupales; de igual forma, se resalta cómo los contenidos audiovisuales educan sobre temas culturales, sociales, políticos, etc.

Es así como nace la importancia de crear contenido audiovisual responsable, objetivo, veraz, enmarcado en la ética y la legalidad, evitando la desinformación y, en este

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

caso, la creación de estereotipos culturales negativos. A esto se suma la responsabilidad de la audiencia en el momento de seleccionar contenido audiovisual adecuado.

Para Medina-Rosales y Llamas-Rodríguez (2016), la identidad cultural contribuye con el fortalecimiento de la identidad:

> La identidad cultural parte del proceso de construcción de personalidad del ser humano, originado desde el conocimiento, la experiencia y el conjunto de interacciones que este tiene en contacto con la vida, las culturales, prácticas, tradiciones y el ámbito social en el que se desarrolla, incluso en la región o país donde reside. (p. 76)

Entonces se podría establecer que la imagen, la autoestima, los valores, las creencias, el rol social, las experiencias, el aprendizaje, las relaciones interpersonales, entre otros factores, son parte de una identidad cultural que se fortalece o debilita a través de la calidad de contenido comunicacional audiovisual consumido a diario.

Metodología

La investigación descriptiva y correlacional se utilizó para desarrollar el trabajo. El primer enfoque se centró en describir las características y cualidades de los sujetos de estudio, con la prioridad de proporcionar una comprensión clara y detallada del contexto y los compendios estudiados. "La intención de la investigación descriptiva es suministrar una descripción precisa de las características de la situación que se estudia, sin intervenir o manipular las variables en cuestión" (Fernández y Batista, 2014, p. 89). Por otro lado, la investigación correlacional permitió relacionar aspectos

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

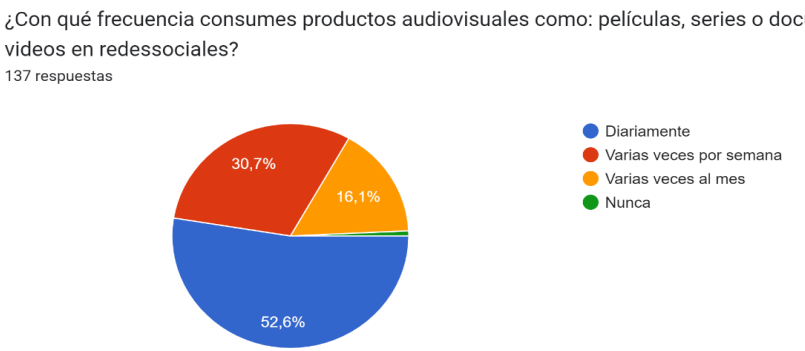
fundamentales entre las variables del tema de estudio. La aplicación del método inductivo estableció casos particulares a través de una selección de información de encuestas a estudiantes del Instituto Vicente León y entrevistas a profesionales en el área Cultural, cuya perspectiva ayuda a mantener y entender la investigación.

Análisis de Resultados

En primera instancia, se analiza el impacto de la comunicación audiovisual en la formación y preservación de la identidad cultural de los estudiantes de educación superior del Instituto Superior Tecnológico Vicente León, a través de encuestas realizadas a alumnos de diferentes carreras.

Figura 1

Consumo de Productos Comunicación Audiovisuales



Nota: Elaboración propia

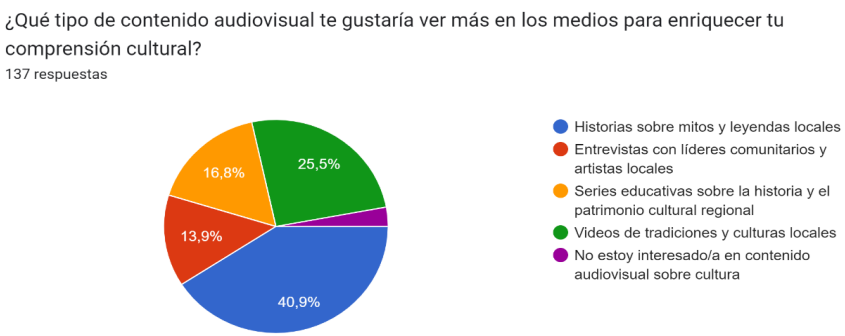
De acuerdo a los resultados arrojados, del total de los sujetos de estudio, el 52,6% consume productos audiovisuales diariamente; el 30,7%, varias veces por semana; y el 16,1%, varias veces al mes, reflejando que más de la mitad consume

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

productos comunicacionales visuales diariamente, lo que establece que el consumo de comunicación audiovisual es parte de la rutina diaria de los estudiantes, revelando también que dicho consumo se relaciona con el uso de dispositivos móviles y de internet.

Figura 2

Preferencia en Consumo de Tipos de Productos Audiovisuales



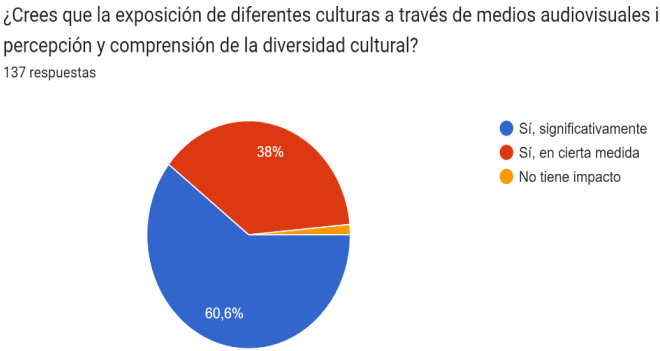
Nota: Elaboración propia

En cuanto a las preferencias de tipos de productos audiovisuales y la plataforma, se identifica que el 40,39% son mitos y leyendas, 25,5% corresponde a videos de tradiciones y cultura, 16,8% son series educativas y un 13,9% son entrevistas con líderes comunicativos y artistas. Estos resultados identifican que la popularidad de los mitos y leyendas sugiere un gran interés por el contenido que explora las tradiciones, folklore y narrativas locales. Contenido que podría captar la atención e interés del público para potenciar la identidad cultural.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 3

Influencia de Medios Audiovisuales en la Diversidad Cultural



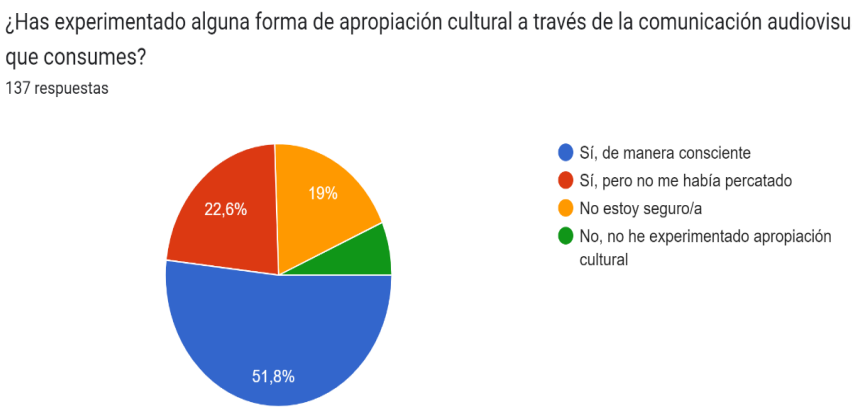
Nota: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados que se muestran en la figura 3, se evidencia que el 60,6% considera que los medios audiovisuales influyen en la diversidad cultural; el 38% respondió "sí, en cierta manera". El consumo de productos audiovisuales a través de los medios de comunicación y redes sociales tiene un impacto en la diversidad cultural. Los sujetos de estudio conocen el papel de los medios de comunicación audiovisuales en la representación, socialización y difusión de la diversidad cultural, lo que sugiere que los medios de comunicación tienen la responsabilidad de personificar la identidad cultual de manera precisa y verdadera.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 4

Comunicación Audiovisual Fortalece la Identidad Cultural



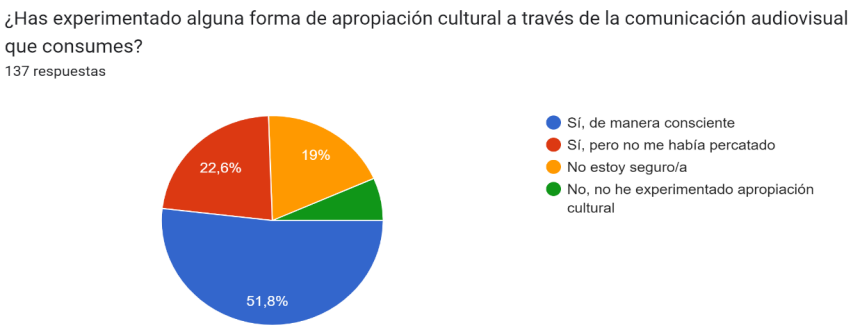
Nota: Elaboración propia

El 67,9% considera que la comunicación audiovisual influye de manera positiva, mientras que el 23,4% considera que no tiene un impacto positivo. Las dos respuestas dan cuenta de que la comunicación audiovisual juega un papel fundamental en el fortalecimiento de la identidad cultural, en el ámbito educativo, de entretenimiento e informativo.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 5

Apropiación Cultural a través de la Comunicación Audiovisual



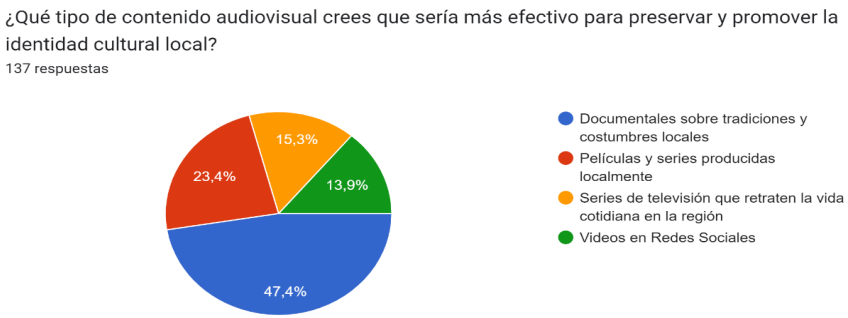
Nota: Elaboración propia

El 51,8% ha experimentado alguna forma de apropiación cultural a través de la comunicación audiovisual, el 22,6% de igual forma, pero de forma inconsciente, y el 19% no está seguro. La apropiación cultural se refleja en este resultado, pues los medios transfieren la comunicación audiovisual de manera simplificada, lo que conlleva a lo antes expuesto: más de la mitad de estudiantes encuestados son conscientes de haber experimentado en algún momento apropiación cultural a través de la comunicación audiovisual. Con estos resultados, se identifica la importancia de representar las tradiciones y culturas de manera respetuosa y verídica.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 6

Contenido Audiovisual para Preservar la identidad Cultural



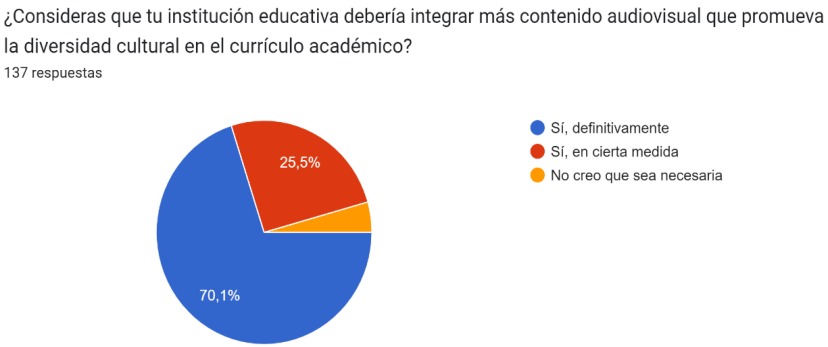
Nota: Elaboración propia

El 47,4% establece que documentales sobre tradiciones y costumbres locales serían una herramienta para preservar la identidad cultural, el 23,4% indica que las películas y series, el 15,3% series que retraten la vida cotidiana de la región y el 13,9% considera el contenido corto en redes sociales. Con base en los resultados, se establece que los documentales de tradiciones y costumbres son identificados como una herramienta fundamental para preservar y educar en identidad cultural; por lo tanto, los creadores de contenidos deberán tomar en cuenta estos formatos para desarrollar estrategias de preservación cultural.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 7

Inserción de Contenido Audiovisual para Promover la Identidad Cultural



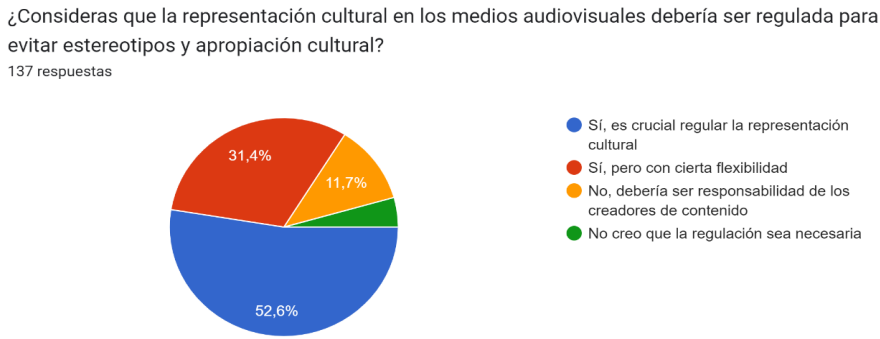
Nota: Elaboración propia

El 70% de la comunidad educativa del instituto considera fundamental insertar contenido comunicacional que promueva la diversidad cultural, mientras que el 25,5% indica que sí, pero en cierta medida, lo que establece la relevancia que le otorgan los jóvenes en la construcción de una identidad cultural. Este extenso apoyo recalca la importancia de efectuar una educación con bases en la identidad y cultura a través de la comunicación audiovisual.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 8

Regulación de la Representación Cultural en Medios Audiovisuales



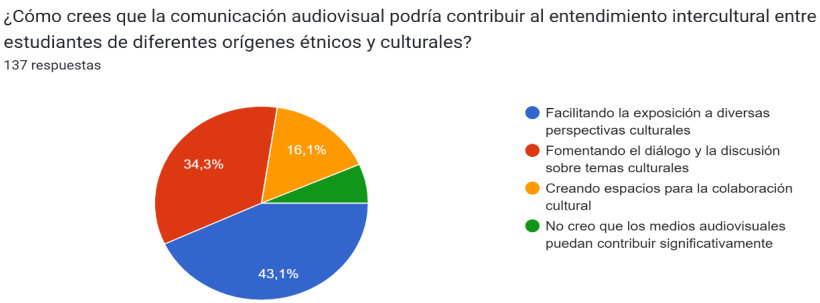
Nota: Elaboración propia

EL 52,6% considera fundamental la regulación de la comunicación audiovisual en los medios de comunicación, mientras que el 31,4% ratifica la regulación, pero con cierta flexibilidad; el 11,7% indica que los creadores del contenido deberán ser responsables. Un porcentaje considerable establece la importancia de la regulación de la comunidad audiovisual, para garantizar la calidad y la veracidad de los contenidos o representaciones, y a la vez proteger a los consumidores.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Figura 9

Contribución de la comunicación audiovisual entre diferentes orígenes étnicos



Nota: Elaboración propia

El 43,1% ratifica cómo la comunicación audiovisual facilita la exposición a diversas perspectivas culturales, el 34,3% indica que fomenta el diálogo y la discusión sobre temas culturales, el 16,1% crea espacio para la colaboración cultural; por otro, el 6,5% considera que los medios audiovisuales no contribuyen de forma significativa. Con base en los resultados arrojados, la comunicación audiovisual a través de medios de comunicación tradicionales y digitales permite a la audiencia acceder a una alta diversidad de representaciones culturales, lo que favorece al enriquecimiento y apreciación de la diversidad cultural nacional y extranjera, provocando una mayor empatía, identificación y respeto a las tradiciones y costumbres locales.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

A estos hallazgos se suma la entrevista realizada a Lcdo. M. Rengifo, integrante de Casa de la Cultura Núcleo de Cotopaxi, quien respalda cómo, a través de documentales, cortometrajes y otros formatos audiovisuales, se pueden mostrar al mundo tradiciones, costumbres y expresiones artísticas propias de una cultura, contribuyendo a su preservación y difusión. Los productos audiovisuales pueden servir como puentes entre diferentes culturas, promoviendo el respeto y la comprensión mutua (Rengifo, comunicación personal, 15 de agosto de 2024).

De igual forma, reconoce cómo la comunicación audiovisual que se difunde a través de varios medios de comunicación tradicionales y digitales, fomenta el diálogo entre culturas y crea puentes entre ellas. Los medios audiovisuales tienen un gran potencial para ayudar a las personas a comprender y valorar la diversidad cultural. Sin embargo, para evitar la propagación de estereotipos y prejuicios, es esencial que se utilice de manera responsable y consciente a quien llega la información y quienes generan contenido audiovisual.

Además, destaca la comunicación audiovisual como una herramienta poderosa para preservar y promover la identidad cultural local en los siguientes ejes:

Historia local: Una adecuada investigación permite realizar documentales que cuentan la historia de la comunidad, sus orígenes, sus principales eventos, sus personajes destacados que son parte de la pertenencia y orgullo de los moradores del sector.

Tradiciones y costumbres: Explora la realidad a través de películas que muestren las costumbres, fiestas, rituales y formas de vida que son características de la cultura local, ofrece una inmersión producto sobre la realidad que enriquece la vida cotidiana de las comunidades, barrios y ciudades.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Patrimonio cultural: Los documentos están destinados a preservar y destacar las riquezas naturales, bienes culturales, arquitectónicos y arqueológicos de la región, produciendo un impacto educativo y contribuyendo al legado histórico. (Comunicación personal, 15 de agosto de 2024).

Tabla 1

Ejes para preservar la Identidad Cultural

Componentes	Descripción	Formatos audiovisuales
Historia local	Narra la historia de las comunidades, sus orígenes, hitos y personajes.	Documentales históricos, biografías en video, series sobre eventos históricos.
Tradiciones y costumbres	Visibilizan las tradiciones, festividades, rituales y formas de vida locales.	Cortometrajes sobre rituales y formas de vida locales
Herencia cultural	Destacan el patrimonio arquitectónico, arqueológico, etc.	Documentales de patrimonio, recorridos virtuales, videos sobre sitios arqueológicos.
Impacto de la Comunicación audiovisual	Promueve la comprensión y la valoración de la diversidad cultural, sirve como puente entre culturas y fomenta el diálogo intercultural.	Videos de intercambio cultural, producciones sobre diversidad cultural.
Responsabilidad de uso	Los medios audiovisuales y virtuales (RS) deberán ser responsables en la socialización de los mismos, para evitar estereotipos y prejuicios.	Programas educativos, talleres de sensibilización.

Nota: Componentes, descripción y formatos de la Identidad Cultural en la comunicación visual

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Para Rengifo (2024), las redes sociales y la comunicación audiovisual tienen un impacto significativo en la identidad cultural, pues transforman la manera en que los usuarios de los medios de comunicación digital interactúan, difunden, comparten e incluso se identifican con su cultura. Entre las formas en que se ejecuta esta relación se encuentran:

- Difusión integral, global de cultura: la era digital permite que los habitantes de diferentes partes del mundo compartan sus tradiciones y culturas, factor positivo que permite enriquecer la identidad cultural.
- Confirmación de identidades locales: la factibilidad de contar con información masiva cultural puede ocasionar una homogenización de la cultura. Las plataformas, al fomentar determinados estereotipos o tendencias, pueden ayudar a que las personas adopten comportamientos más homogéneos.
- Transformación de percepción cultural: a través de las redes sociales y demás medios de comunicación digital, los usuarios pueden acceder a comunicación audiovisual con diversas perspectivas de lo que representa la cultura, lo que puede modificar la autopercepción y su propia identidad cultural, creando la posibilidad de ajustarse a nuevas maneras de pensar e incluso a aceptar nuevas costumbres y culturas. (Rengifo, comunicación personal, 15 de agosto de 2024).

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Discusión

Los resultados arrojados en la investigación revelan que una mayoría significativa de encuestados considera que la comunicación audiovisual, a través de formatos como documentales, películas, videos y series, juega un papel crucial en la difusión de perspectivas culturales, facilitando el acceso inmediato a una variedad de representaciones cultuales y contribuyendo con la educación y la formación de la concepción cultural en los sujetos de estudio. Esta investigación coincide con Rabadán et al. (2018), quien ratifica que la comunicación audiovisual no solo refleja la cultura y la sociedad en la que se desarrolla, además posee la capacidad de estimular sentidos y emociones, ofreciendo nuevas sensaciones que aportan a la recopilación de la información sensorial que conlleva a la creación de un impacto profundo en las personas y las sociedades.

Según los estudios de psicología de la educación, ejecutado por Rabadán et al. (2018), en su trabajo de investigación *Identidad Cultural y Desarrollo, a través del audiovisual participativo,* donde destaca que el uso de medios audiovisuales en el proceso de enseñanza y aprendizaje es beneficioso, pues, al utilizar simultáneamente los dos sentidos del oído y la vista, permite que los estudiantes asimilen una cantidad de información mayor. Lo que indica que, al difundir la cultura bajo la comunicación audiovisual, el público puede entender, aprender y asimilar de mejor manera la cultura.

Una vez recopilados los datos evidenciados en la investigación, se establece la influencia de los medios de comunicación audiovisual de masas digitales y tradicionales, como radio, prensa, televisión, medios digitales, redes

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

sociales y páginas web, herramientas en la preservación, difusión y construcción de identidad cultural, pues la difusión de contenido audiovisual contribuye con el desarrollo, enriquecimiento e incluso apropiación de culturas, tradiciones, etc. De modo similar, en la investigación *Contribuyendo con el desarrollo de la interculturalidad,* desarrollada por Toro-Bravo et al. (2024), se enfatiza que las personas pueden aprender de diferentes culturas y tradiciones a través de la comunicación audiovisual, utilizando como canal los medios de comunicación tradicionales y social media. Este último permite que la democratización de la producción y distribución de contenidos genere diversidad en la representación cultural.

Los hallazgos de esta investigación sugieren que la comunicación audiovisual es considerada como una herramienta poderosa en la formación académica y cultural en los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Vicente León, pues facilita a los estudiantes el acceso a representaciones visuales y narrativas de prácticas culturales, tradiciones y valores que son fundamentales en la formación de una identidad robusta, que contribuya con el crecimiento de una sociedad responsable con la conservación de su realidad local. Lo dicho corroboran Medina y Llamas (2016), quienes manifiestan que la inserción de la comunicación visual en la conservación de identidad es fundamental pues permite explorar y comprar las tradiciones y culturas propias y globales, el crecimiento de las nuevas tecnologías contribuye con lo mencionado.

Es fundamental considerar que a los retos que se evidenciaron en la investigación como es la democratización de la cultura y tradiciones, se suman los desafíos permanentes,

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

como es la globalización y la omnipresencia de medios, es decir la presencia diaria de los medios masivos de comunicación como entes de conocimiento del acontecer social permanente, este fenómeno está alineado con Muñoz (2016), quien subraya la importancia de la imagen, los sonidos y la creación de narrativas en la representación visual, factores esenciales para la identidad cultural, su preservación y transmisión.

Ambas indagaciones concuerdan en señalar que la producción audiovisual mantiene un rol transformador en la sociedad en ámbitos culturales, coincidiendo y reconociendo la participación activa de la comunicación audiovisual en la educación, construcción, enriquecimiento y adaptación de la cultura. Además, ratifican cómo los medios de comunicación masivos y las nuevas tecnologías tienen la capacidad de introducir a través del lenguaje visual diferente contenido que contribuya con la expresión de la diversidad cultural, lo que conlleva una mayor visibilidad y valoración de tradiciones y valores culturales.

Uno de los desafíos de la comunicación audiovisual que plantean Quadra-Salcedo y Piñar-Mañas (2018) es la generación de una sociedad digital, un fenómeno que, desde el ámbito negativo o una perspectiva crítica, puede tener como consecuencia la pérdida de tradiciones culturales, pues estar expuesto de manera constante a la comunicación audiovisual que entrega a los receptores una mezcla de elementos culturales provenientes de diversas fuentes conlleva –en muchos casos– a una dilución de prácticas y valores tradicionales que a menudo desembocan en una aculturación o, a su vez, la pérdida de identidad autóctona. Este riesgo se alinea con los resultados arrojados en la

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

investigación, que revela que la comunicación audiovisual puede, en ocasiones, contribuir con la creación de estereotipos y la homogenización cultural. Efectos que no siempre serán intencionales o con conciencia de los receptores; más bien, es resultado de la manera en que los contenidos son percibidos por los individuos y la sociedad.

Las investigaciones ratifican que el estar expuesto a contenido audiovisual de manera permanente y de fácil acceso moldea las percepciones y actitudes de los receptores de la información. Este cambio dependerá, en gran medida, de la madurez, valores, principios e identidad y contexto donde se desenvuelven los individuos. Esto lleva a generar mayor responsabilidad en la representación ecuánime y gusta de las culturas y tradiciones a difundir.

Para Obando-Pozo y Zambrano-Rendón (2020), los recursos visuales –como imágenes, sonidos, palabras, discursos, etc. – permiten una profunda reflexión sobre el tema cultural. Estos elementos combinados brindan una perspectiva real y completa de la identidad, tradiciones, costumbres y cultura, acerca lo individual a su realidad. Al integrar estos recursos, se proporciona a los individuos o espectadores una visión más rica y detallada de las diferentes culturas. Ese enfoque está alineado con los resultados del trabajo de investigación que deja ver que la comunidad educativa del instituto considera fundamental insertar contenido comunicacional que promueva la diversidad cultural, como un recurso llamativo, interactivo de percepción inmediata.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Conclusiones

La comunidad educativa del Instituto Superior Tecnológico Vicente León reconoce la importancia de la comunicación audiovisual para promover la comprensión y valoración de la identidad cultural en la formación positiva dentro de la comunidad académica. Al integrar narrativas y representaciones de diferentes culturas y tradiciones en el currículo y las actividades académicas institucionales, se crea un ambiente que valora, respeta y fomenta la diversidad y la empatía a lo diferente.

La comunicación audiovisual se presenta como una herramienta poderosa para la difusión y la educación cultural, ofreciendo a las masas una plataforma para la difusión, expresión y entendimiento de diversas identidades culturales, en especial en un país megadiverso, donde las diferentes tradiciones y culturas convergen en el convivir diario, en cualquier papel que desarrolle el individuo.

El acceso continuo o diario a contenido audiovisual, que arrojan los resultados, ayuda a los estudiantes a desarrollar y consolidar su identidad cultural, al proporcionarles una conexión constante con sus raíces y valores culturales. Sin embargo, el mismo contenido puede fomentar estereotipos involuntarios. Por lo tanto, es esencial que tanto docentes como estudiantes adopten una actitud crítica al momento de visibilizar, motivando una comprensión más profunda y matizada de la cultura. La reflexión y el análisis crítico del contenido audiovisual no solo enriquecen la identidad cultural, sino que también evitan internalizar estereotipos, lo que puede limitar la percepción y comprensión de la diversidad cultural.

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Los medios de comunicación tradicionales y emergentes –medios digitales y redes sociales– promueven la visibilidad y preservación de diversas culturas, identidades y temas sociales, pues vuelven realidad las historias, los hechos, las voces de diferentes regiones del país. El panorama mediático permite que la información sea difundida de forma mediata y masiva. Esta producción y democratización de la comunicación audiovisual permite que los pueblos y nacionalidades, las comunidades no contactadas tengan mayor visibilidad y representación en la sociedad globalizada.

Referencias

Barros-Bastida, C. y Barros-Morales, R. (2015). Los medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. *Universidad y Sociedad, 7(3),* 26-31. https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/229/226

Chica-Andrade A., Anchundia-Delgado M., y Alcívar-Vera I. (2024). Identidad cultural y expresiones en el desarrollo turístico de Pedernales*. Textos y Contextos, (28),* http://portal.amelica.org/ameli/journal/588/5884771001/

Cruz-Rodríguez, E. (2013). Pensar la Interculturalidad. Quito. Ediciones Abya Yala. Flacso Andes/biblioteca. https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/53577.pdf

Ley Orgánica de Comunicación. Tercer Suplemento del Registro Oficial Nro. 22, 25 de junio de 2013. Última reforma: Segundo Suplemento del Registro Oficial Nro. 188, 14 de noviembre de 2022. https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/17642-segundo-suplemento-al-registro-oficial-no-188

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Medina-Rosales, P. y Llamas-Rodríguez, V. (2018). Impacto de un soporte audiovisual como una herramienta para fortalecer la identidad universitaria. *Encorfan*. https://www.ecorfan.org/proceedings/CDU_IX/TOMO%209_8.pdf

Modica-Bareiro, A. (2022). Apropiación Cultural en la Industria Audiovisual, *Dialnet*. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9134546.pdf

Molano. L. (2007). Identidad cultural, un concepto que evoluciona. *Revista Opera, (7),* 69-84. https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf

Muñoz, F. (2016). Sentidos de la Identidad Cultural en la Producción Audiovisal. *UNICAUCA.* http://repositorio.unicauca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1010/Sentidos%20de%20Identidad%20Cultural%20en%20la%20Producci%C3%B3n%20Audiovisual%20de%20J%C3%B3venes%20en%20Educaci%C3%B3n%20Media%20Urbana.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Obando-Pozo, V. y Zambrano-Rendón, D. (2020). Manry Rodríguez, una vida en los Llanganates. [Tesis de maestría Universidad Central del Ecuador]. Universidad Central del Ecuador. https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/ee2e29f4-394c-4ed5-95a7-a023b2ee1f8f

Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación [UNESCO]. (2024). Glosario. Unesco. https://www.unesco.org/creativity/es/glosario

Quadra-Salcedo, T. y Piñar-Mñas, J. (2018). Retos, riesgos y oportunidades de la sociedad digital. Archivo. https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/7398612f-3189-43fd-a9e9-93a80f2a22b8/content

Medina-Ayala, V. M. y Zambrano-Rendón, D. P.
pp. 510 - 545
Recibido: 11-03-2025
Aceptado: 30-04-2025
Publicado: 15-06-2025

Rabadán, Á., V., Bruzón, L., y Montaño, S. (2018). Identidad, cultura y desarrollo a través del audiovisual participativo. Alteridad, 10(1), 44-56. https://alteridad.ups.edu.ec/index.php/alteridad/article/view/1.2015.04

Toro-Bravo, J., Guerrero-Troya, N., y Pérez-Heredia, G. (2024). Producción audiovisual y medios locales. Contribuyendo con el desarrollo de la interculturalidad. *Ñawi: arte diseño comunicación, 8(1),* 263-282. https://www.redalyc.org/journal/6879/687977332017/html/