



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN**

**NARRATIVA AUDIOVISUAL E IDENTIDAD CULTURAL
DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL UPSE,
AÑO 2023**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

**BAZÁN PEÑA GÉNESIS ANABHY
MARSHALL ASECIO EVELYN LEONELA**

TUTOR:

LIC. GERZON ALFREDO COCHEA PANCHANA, MGTR.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD
CARRERA COMUNICACIÓN

TEMA: NARRATIVA AUDIOVISUAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LA
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL UPSE, AÑO 2023

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

AUTORAS:

BAZÁN PEÑA GÉNESIS ANABHY
MARSHALL ASECIO EVELYN LEONELA

LÍNEA:

COMUNICACIÓN CULTURA Y DESARROLLO

SUBLÍNEA:

PROCESO HISTÓRICO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD
NACIONAL E INTERNACIONAL

LA LIBERTAD – ECUADOR

2024

Índice de contenido

ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	9
DEDICATORIA	10
AGRADECIMIENTOS	11
CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC	
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	12
RESUMEN.....	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.1. Antecedentes del problema de investigación.....	17
Narrativa Audiovisual	17
Identidad Cultural.....	19
1.2. Formulación del problema de investigación.	22
1.3. Preguntas de investigación.....	22
1.4. Objetivos.	22
1.4.1. Objetivo general.....	22
1.4.2. Objetivos específicos.....	22

1.5.	Justificación de la investigación.....	23
1.6.	Hipótesis.....	23
1.7.	Variables.....	23
1.7.1.	Variable Independiente: Narrativa Audiovisual	23
1.7.2.	Variable Dependiente: Identidad Cultural	23
2.	MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL	25
2.1.	Conocimiento Actual	25
Narrativa Audiovisual	25	
Identidad Cultural.....	26	
2.2.	Fundamentación Teórica y Conceptual.....	27
Narrativa Audiovisual	27	
Estética Visual.....	28	
Elementos visuales	29	
Impacto Visual	30	
Identidad Cultural.....	31	
Globalización	35	
Multiculturalidad.....	36	
Inclusión.....	37	
2.3	Marco Legal.....	38
2.3.1	Constitución del Ecuador	38

2.3.2 Ley Orgánica de Comunicación.....	38
2.3.3 Ley Orgánica de Cultura	39
2.3.4 Ministerio de Cultura	39
3. MARCO METODOLÓGICO.....	40
3.1. Tipo de investigación.....	40
3.2 Enfoque de investigación.....	40
3.3 Diseño de investigación	40
3.4 Alcance de investigación.	40
3.5. Operacionalización de las variables.....	41
3.6 Población, muestra y periodo de estudio.	43
Población	43
Muestra	44
Periodo de Estudio	45
3.7. Técnicas e Instrumentos de levantamiento de información.	45
4. ANÁLISIS DE RESULTADOS	46
4.1. Análisis Cuantitativo: Encuesta	46
4.2. Análisis Cualitativo: Entrevista.....	54
4.3. Análisis cualitativo: Ficha de observación.....	57
5. DISCUSIÓN	61
5.1. Discusión de resultados de la encuesta	61

5.2.	Discusión de resultados de la entrevista.....	62
5.3.	Discusión de resultados de la ficha de observación.....	63
6.	CONCLUSIONES.....	64
7.	RECOMENDACIONES.....	65
8.	REFERENCIAS.....	66
9.	ANEXOS.....	77
	Anexo 1: Árbol de problemas.....	77
	Anexo 2: Técnicas e instrumentos de validación.....	78
	Anexo 3: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos.....	83
	Anexo 4: Ficha de evaluación del instrumento.....	86
	Anexo 5: Validez del contenido del instrumento.....	89
	Anexo 6: Carta de Autorización por la Dirección de Comunicación Social UPSE.....	90
	Anexo 7: Entrevistas a expertos.....	92
	Anexo 8: Formulario de Google Forms y envío de link.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	41
Tabla 2: Total de estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.	43
Tabla 3. ¿Usted ha visto videos producidos por la Dirección de Comunicación Social de la UPSE en este último año?.....	46
Tabla 4. ¿Qué tipos de contenido cree usted que la universidad difunde más?	47
Tabla 5. ¿A través de qué medios se informa usted sobre la identidad cultural de la UPSE?	48
Tabla 6. ¿Usted se identifica con los símbolos y emblemas que representan a la universidad?	49
Tabla 7. ¿Se siente representado/a por los valores y principios que promueve la UPSE?..	50
Tabla 8. ¿Los elementos claves de la identidad cultural institucional (historia, valores, eventos) están bien integrados?	51
Tabla 9. ¿Considera que la Dirección de Comunicación Social debería colaborar con otras instituciones universitarias para ampliar la difusión de videos que promueven la aceptación de la identidad cultural en la UPSE?.....	52
Tabla 10. ¿Piensa que la institución debería adaptarse a los cambios culturales en la sociedad actual?	53
Tabla 11. Análisis cualitativo: entrevista	54
Tabla 12. Análisis cualitativo: ficha de observación	57
Tabla 13. Validación de la encuesta.....	78
Tabla 14. Validación de la guía de preguntas	80
Tabla 15. Validación ficha de observación	81
Tabla 16. Matriz de validación de contenido por juicio de expertos	83

Tabla 17. Ficha de evaluación de instrumento.....86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Muestra por Surveymonkey.....	44
Figura 2. ¿Usted ha visto videos producidos por la Dirección de Comunicación Social de la UPSE en este último año?.....	46
Figura 3. ¿Qué tipos de contenido cree usted que la universidad difunde más?.....	47
Figura 4. ¿A través de qué medios se informa usted sobre la identidad cultural de la UPSE?.....	48
Figura 5. ¿Usted se identifica con los símbolos y emblemas que representan a la universidad?.....	49
Figura 6. ¿Se siente representado/a por los valores y principios que promueve la UPSE?.....	50
Figura 7. ¿Los elementos claves de la identidad cultural institucional (historia, valores, eventos) están bien integrados?	51
Figura 8. ¿Considera que la Dirección de Comunicación Social debería colaborar con otras instituciones universitarias para ampliar la difusión de videos que promueven la aceptación de la identidad cultural en la UPSE?.....	52
Figura 9. ¿Piensa que la institución debería adaptarse a los cambios culturales en la sociedad actual?	53

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Quien suscribe, **GÉNESIS ANABHY BAZÁN PEÑA** con C.I. **2450757766** y **EVELYN LEONELA MARSHALL ASECIO** con C.I. **2450386160** estudiantes de la carrera de comunicación, declaramos que el Trabajo de Titulación, Proyecto de Investigación presentado a la Unidad de Integración Curricular, cuyo título es: **NARRATIVAS AUDIOVISUALES E IDENTIDAD CULTURAL DE LA DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL UPSE, AÑO 2023**, corresponde exclusiva responsabilidad de las autoras y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 28 junio 2024.

Atentamente



Bazán Peña Génesis Anabhy
C.I. 2450757766



Marshall Asencio Evelyn Leonela
C.I. 2450386160

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a tres mujeres muy importantes en mi vida. Mi madre quien me dio la vida, sin ella y sin su apoyo no lo hubiera logrado.

Mi abuela quien ha sido uno de los pilares fundamentales en el hogar y que siempre me ha apoyado y a mi hermana por siempre estar para mí cuando la necesito. También para mis abuelos paternos que gracias a Dios aun los tengo conmigo, a ellos les dedico este esfuerzo y sacrificio.

Para mi hermano del alma Pedro Borbor que siempre respondió mis mensajes de auxilio y que siempre estuvo en las buenas y en las malas.

Para mi segunda familia mi Papá, Cynthia y mis tres hermanos Elías, Andrés y Johnsito.

Gracias a todos por su apoyo incondicional, sus consejos y por su amor.

A toda mi familia que es lo mejor y más valioso que Dios me ha dado.

Bazán Peña Génesis Anabhy

Las palabras para expresar cómo me siento ahora no son fáciles de describir, pero sin duda alguna este trabajo va dedicado con todo el amor y gratitud a tres pilares fundamentales en mi vida, Mariela, Stanley y Primitivo, quienes me ayudaron y estuvieron a mi lado en todo este largo proceso, ustedes son mi motivo de seguir adelante. Gracias por el amor, la paciencia, los valores, conocimientos y la motivación brindada.

A mis hermanos Ana y Everley, los amo con todo mi corazón y por más diferencias que pasemos ustedes son muy importantes en mi vida.

Dedicado también a quienes con sus canciones me han hecho demasiado feliz y me enseñaron que, aunque pase por momentos malos, la vida sigue, BTS, en especial a la razón de mi euforia, Jeon Jungkook.

Marshall Asencio Evelyn Leonela

AGRADECIMIENTOS

Con profunda estima y reconocimiento, extiendo mi más sincera gratitud a mi tutor y guía de tesis, la Lcda. Vilma García, Mgtr. y al Lic. Gerzon Cochea Panchana, Mgtr. Su dedicación docente y paciencia han sido fundamentales para este proyecto de investigación.

A todos mis compañeros de curso 8/2 y en especial a la Sra. Marjorie Del Pezo y a mi futura casada Daniela Romero por su apoyo emocional y sus palabras de ánimo, ellas son la razón de haber continuado y culminado con este proyecto.

Al Lcdo. Ángel Matamoros, Mgtr. Por su colaboración, tiempo y buena voluntad de guiarnos e impulsarnos para seguir adelante y superar los obstáculos.

Y, por último, quiero agradecer a todas las personas que han participado en este estudio, por su tiempo y disposición para colaborar. Sus respuestas han sido fundamentales para obtener los datos necesarios y llevar a cabo un análisis riguroso.

Bazán Peña Génesis Anabhy

Gracias a la Universidad, por permitirme formarme en ella como una profesional. Agradezco sinceramente a los docentes por su excelente labor como guías en la elaboración de tesis, sin sus directrices y conocimiento dedicado no hubiese sido posible finalizarla.

A Santiago, a quien aprecio demasiado, me ayudó, aconsejó y motivó en todo momento que lo necesitaba, además gracias por tomarte tiempo para explicarme cosas que no sabía, te estaré eternamente agradecida. John, mil gracias por escucharme, estar siempre al pendiente de mí y ayudarme con mis tareas, te quiero mucho. A las demás amistades que hice en el camino, gracias por cada una de las experiencias que pasé a su lado, me alegra tenerlos en mi vida.

Marshall Asencio Evelyn Leonela

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UICPROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 02 de julio, 2024

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD

Directora de la Carrera de Comunicación- UPSE

En su despacho. -

En calidad del tutor asignado por la carrera de Comunicación, informo a usted que las estudiantes **Bazán Peña Génesis Anabhy** con cédula de identidad No **2450757766** y **Marshall Asencio Evelyn Leonela** con cédula de identidad No **2450386160** han cumplido con los requisitos estipulados en el *Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE y Protocolos Vigentes de la carrera de Comunicación*, para la implementación y desarrollo del Trabajo de Titulación, bajo la modalidad de Proyecto de Investigación, de título **“Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, Año 2023”**.

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación referido anteriormente, bajo el Reglamento de Titulación de Grado y Postgrado de la UPSE vigente que cita:

“Art 11. Actividades académicas del docente tutor. - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular, quién presentará el informe correspondiente de acuerdo a la planificación aprobada por el Consejo de Facultad.”

Debo indicar que es de exclusiva responsabilidad del/la autora(a), cumplir con las sugerencias realizadas durante el proceso de revisión.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.

DOCENTE TUTOR

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN UNIDAD DE INTEGRACIÓN

CURRICULAR



Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lic. Vilma Maribel García Gonzáles, MSc.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA
DE COMUNICACIÓN**



Lic. David Xavier Echeverría Maggi, Mgr.
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA
CARRERA DE COMUNICACIÓN**



Génesis Anabhy Bazán Peña
ESTUDIANTE



Evelyn Leonela Marshall Asencio
ESTUDIANTE

Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023

Bazán Peña Génesis Anabhy
Código Orcid <https://orcid.org/0009-0007-0854-7552>
Marshall Asencio Evelyn Leonela
Código Orcid: <https://orcid.org/0009-0002-8252-8652>
Universidad Estatal Península de Santa Elena-Carrera de Comunicación

RESUMEN

Esta investigación titulada **Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023**. La problemática presentada es la falta de difusión de idiosincrasia cultural de la UPSE, por medio de las narrativas audiovisuales; el objetivo fue determinar la relevancia de las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE por medio de la Dirección de Comunicación; la metodología utilizada se desarrolló en base al enfoque mixto, con un diseño experimental, la muestra estuvo constituida por 349 estudiantes seleccionados mediante un muestreo probabilístico aleatorio simple y las técnicas utilizadas fueron encuesta, entrevista y ficha de observación; los resultados revelaron que la Universidad no cuenta con una identidad cultural institucional, pero promueven la identidad cultural de la provincia de Santa Elena , mediante eventos, carreras vinculadas a la parte mediática y trabajo comunitario. Sin embargo, los estudiantes se sienten representados por los símbolos, valores y principios que comprende la Universidad.

En conclusión, la narrativa audiovisual es una herramienta que puede emplearse para fomentar la identidad cultural en la Universidad. La Dirección tiene la capacidad de aprovechar esta herramienta para comunicar de manera efectiva los valores, historia y las tradiciones de la institución a un público amplio.

Palabras Clave: *Narrativa audiovisual, identidad cultural, estética visual, inclusión, globalización.*

Audiovisual Narrative and Identity of the Directorate of Social Communication

UPSE, year 2023

Bazán Peña Génesis Anabhy

Orcid Code: <https://orcid.org/0009-0007-0854-7552>

Marshall Asencio Evelyn Leonela

Orcid Code: <https://orcid.org/0009-0002-8252-8652>

ABSTRACT

This research entitled Audiovisual Narrative and Cultural Identity of the UPSE Social Communication Department, year 2023. The problem presented is the lack of dissemination of cultural idiosyncrasy of the UPSE, through audiovisual narratives; the objective was to determine the relevance of audiovisual narratives to preserve cultural identity in the UPSE through the Directorate of Communication; The methodology used was developed based on the mixed approach, with an experimental design, the sample consisted of 349 students selected through simple random probability sampling and the techniques used were survey, interview and observation sheet; the results revealed that the University does not have an institutional cultural identity, but they promote the cultural identity of the province of Santa Elena, through events, careers linked to the media and community work. However, students feel represented by the symbols, values and principles that comprise the University.

In conclusion, audiovisual narrative is a tool that can be used to promote cultural identity at the University. The Directorate has the capacity to take advantage of this tool to effectively communicate the values, history and traditions of the institution to a wide audience.

Keywords: *Audiovisual narrative, cultural identity, visual aesthetics, inclusion, globalization.*

INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este trabajo de investigación persiste en determinar la relevancia que tienen las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE mediante la Dirección de Comunicación Social.

El fundamento de este estudio radica en la necesidad de comprender e identificar las razones detrás de la falta de difusión de identidad cultural por parte de la UPSE a través de su Dirección de Comunicación Social. La investigación se centra en explorar como se pueden crear narrativas audiovisuales de manera afectiva para reflejar y promover los valores, principios y tradiciones que forman la esencia de la comunidad Universitaria.

En esta investigación se utilizó una metodología descriptiva y un enfoque mixto, utilizando un diseño experimental, se realizó una encuesta a 349 estudiantes de la UPSE, pertenecientes a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.

Este enfoque nos permitió no solo identificar la estructura de las narrativas audiovisuales existentes, sino también definir aspectos fundamentales de la identidad cultural de la UPSE e identificar las estrategias de comunicación más efectivas para potenciar estas narrativas.

Se dio inicio con la formulación general del proyecto y la descripción de problema, además, se presentaron las preguntas de investigación científica, los objetivos planteados general y específicos la justificación del estudio, la hipótesis y por último el análisis de las variables.

Dentro del contexto del marco teórico y conceptual, se revisaron estudios previos a nivel internacional, nacional y local, relacionados con las variables de estudio. También se abordó la fundamentación teórica y conceptual, incluyendo definiciones y características de las variables y dimensiones correspondientes al estudio.

Por añadidura, se detalla la metodología de la investigación, especificando conceptos y elementos clave como el tipo, diseño, enfoque y alcance de la investigación. Así mismo, se describen los instrumentos y técnicas utilizadas, como población, muestra, periodo de estudio y recolección de datos.

Para finalizar, se ejecutó el análisis de los resultados y la discusión. También se integra el procesamiento, análisis, interpretación, discusión de los datos recolectados, conclusiones y recomendaciones. Simultáneamente, se adjuntan anexos, figuras y tablas correspondientes.

Este estudio pretende brindar un marco teórico y práctico que ayude a la Dirección de Comunicación Social de la UPSE a mejorar sus estrategias comunicativas, contribuyendo así al crecimiento y cohesión de la comunidad universitaria.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema de investigación.

El presente proyecto de investigación “Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023”, abordará temáticas de producción audiovisual, comunicación e identidad cultural dentro del contexto de la Dirección de Comunicación Social. La Universidad Estatal Península de Santa Elena “UPSE” tiene una amplia identidad cultural que se resumen en su legado histórico evidenciado en sus signos y símbolos como el escudo, la bandera y el himno; reflejando características, tradiciones, costumbres e idiosincrasia de la comunidad universitaria. Sin embargo, en contraste con lo antes mencionado se demuestra una problemática social como es la falta de difusión de estos significados y significantes, a través de narrativas audiovisuales que resalten la importancia de la contribución y de la identidad cultural de la institución hacia sus públicos internos y externos a través de la dirección de comunicación social.

Por esa razón, la falta de socialización y difusión puede incidir negativamente en la apreciación y reconocimiento del patrimonio cultural, llevando a una debilitación de la identidad universitaria. Así mismo el desconocimiento, la comprensión de la historia y las tradiciones locales pueden generar una falta de sentido de pertenencia y conciencia de la diversidad cultural. El poco interés en difundir por parte del departamento y de conocer por parte de los públicos internos, el saber de dónde venimos, donde estamos y hacia donde nos proyectamos sobre nuestro legado y nuestro patrimonio cultural.

Bajo este antecedente a continuación se describe los estudios previos a nivel internacional, nacional y local de las variables y objetos de estudio que fundamentan y justifican la problemática a investigar.

Narrativa Audiovisual

La narrativa audiovisual es un fascinante campo de estudio el cual abarca una gran variedad de elementos que interactúan para transmitir significados y emociones. Ofrece una visión esclarecedora al describir como un sistema de expresión que sirve para crear una estructura y formato específico.

(Guerrero, 2023) determina que la comprensión de la narrativa audiovisual es como un lenguaje complejo al articular sonidos, imágenes, símbolos, entre otros elementos, permite entender la estructura de las narraciones audiovisuales en función de sus componentes más

técnicos; el montaje (o edición) junto con los tiros de cámara, movimientos de cámaras, planos y composición, hacen de esta una articulación compleja en función de un relato en particular (p.8).

Por lo tanto, la narrativa audiovisual emerge como un universo artístico y técnico donde convergen diversos para contar historias y transmitir mensajes de manera efectiva. La comprensión de su complejidad y riqueza es fundamental para apreciar plenamente su impacto con la cultura contemporánea y en nuestra experiencia como espectadores.

En la era digital, el consumo de contenido audiovisual ha experimentado una transformación en su totalidad, impulsada en gran medida por el posicionamiento de las redes sociales a nivel mundial. En este contexto de actualización de manera constante, se observa como la evolución de las plataformas digitales ha modificado la forma en que las personas acceden a la información, expandiendo así el alcance de contenidos que van más allá de los medios tradicionales como Televisión.

(Morán, 2022) afirma que, en la actualidad, la manera como se consume contenido audiovisual ha cambiado, debido a la aparición de las redes sociales, quienes alojan información que anteriormente solo podían encontrarse en medios de comunicación televisiva. Por tanto, los individuos especialmente los jóvenes tienen cierta preferencia de consumir videos a través de dispositivos móviles, esta convergencia digital ha incidido en sus hábitos y conductas de consumo.

En conclusión, la influencia de las redes sociales en el consumo de contenidos audiovisuales ha dado lugar a una nueva era de acceso a la información y entretenimiento. La prevalencia de los dispositivos con acceso a internet como principal plataforma de visualización refleja la adaptación de las audiencias a las nuevas tecnologías y formas de comunicación. Esta fusión digitalizada continúa moldeando activamente nuestros hábitos de consumo de contenido audiovisual informativo o de entretenimiento, marcando así un cambio significativo en la forma en que interactuamos con el mundo digital de forma mediática.

La narrativa audiovisual es un arte que puede adoptar diversas estructuras para contar una historia de manera efectiva. Comprende las diferentes formas en que una narración puede ser estructurada, es esencial tanto para escritores como para lectores, ya que cada tipo ofrece una manera única de presentar los acontecimientos y desarrollo de personajes. Las estructuras narrativas incluyen desde las más simples hasta las más sofisticadas, permitiendo a los creadores jugar con el tiempo y la perspectiva para enriquecer sus relatos.

(Ordóñez, 2018) Indica que, la estructura narrativa puede ser: lineal simple (cronológico), lineal intercalada (inserción de secuencias fuera de la realidad de la historia), in media res (dos o más líneas narrativas), de inversión temporal (flashbacks o flashforwards), contrapunto (confluencia de varias historias) (p.118).

Cada una de estas estructuras ofrece diferentes oportunidades y desafíos. Una narrativa lineal simple proporciona claridad y facilidad de seguimiento, mientras que una narrativa "in media res" puede captar rápidamente la atención del lector al empezar en medio de la acción. Por otro lado, estructuras más complejas como la paralela o la de contrapunto permiten explorar múltiples perspectivas y desarrollar tramas complicadas que puedan enriquecer la experiencia del espectador. En última instancia, la elección de la estructura narrativa adecuada puede transformar una historia sencilla en una obra maestra intrigante y envolvente.

La composición de cómo se construyen y transmiten significados es fundamental para analizar y apreciar obras cinematográficas, programas de televisión u otros medios visuales. En este sentido, el enfoque micro histórico como sugiere Torres, se revela como una metodología valiosa que va más allá de simplemente seguir un marco cronológico. Este enfoque implica una inmersión profunda en elementos específicos de una obra audiovisual, lo que permite una comprensión más concreta y detallada de su contenido y significado. (Lindao y Tusa, 2018) menciona "El enfoque microhistórico puede hacer referencia a un marco cronológico, pero también consiste en una investigación donde el objeto de estudio es más concreto" (p.193). Se enfatiza la importancia de realizar una investigación a detalle y exhaustiva en el análisis de las narrativas para lograr resultados concretos y de gran relevancia. Al adoptar un enfoque micro histórico, los investigadores pueden desentrañar los detalles y complejidades subyacentes en las obras audiovisuales, lo que permite apreciación más profunda y enriquecedora de su contenido.

Identidad Cultural

Se tomaron como referencia textos de tesis de grado, artículos y revistas científicas para validar este apartado.

Según Moreta, 2017 citado en (Tacuri, 2023) relata que la identidad étnica es muy importante para mantener una buena Educación Intercultural. También menciona que se podrá fortalecer la Identidad Étnica, mejorando la Educación Intercultural, el desenvolvimiento académico, la superación en el ámbito social y cultural en los docentes de la institución.

Determina que, la relevancia de tener una identidad cultural es fundamental en el presente, ya que, todo va avanzando, pero la identidad cultural no es cambiante, ya que está impregnada en ti. En relación con eso, el presente proyecto está centrado en preservar la identidad cultural dentro de la institución por medio de la Dirección de Comunicación Social.

Así mismo, el aumento de la globalización está estableciendo nuevas tendencias culturales y, al mismo tiempo, nuevas diversidades. La creación de nuevos códigos de identidad es cada vez más pronunciada, especialmente entre los jóvenes, quienes muestran en sus rutinas diarias interés por otras actividades que no corresponden con su identidad, sino a ajenas.

Según Ceballos, 2005 como se citó en (Melo, 2020) manifiesta que existen diversas formas de expresión de la identidad, dentro de las cuales se encuentran, fiestas, rituales, ceremonias, procesiones, danza y comida. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) las ha registrado como patrimonio cultural inmaterial (p.953).

La identidad está vinculado a la historia y al patrimonio cultural. Sin memoria, capacidad de reconocer el pasado y sus elementos simbólicos, no existe identidad y referentes propios que ayuden a configurar el futuro. La identidad universitaria es patrimonio cultural intangible, que se transmite en cada generación; para incentivar el desarrollo de virtudes en los estudiantes con visión humanista, en tanto que es la esencia de la universidad.

Comprender la historia, la cultura y las tradiciones es fundamental porque enriquece la visión de la identidad y permite conocer la diversidad cultural de la región. Así mismo, el conocimiento cultural es una parte importante, abarcando aspectos como el idioma, las costumbres, la música, el arte y las creencias de un grupo, permitiéndonos apreciar su creatividad y forma de vida única. Explorando estos aspectos en profundidad es posible promover el respeto intercultural, proteger el patrimonio cultural y fomentar la inclusión social.

Según Ricaurte, 2019 citado en (Castañeda, 2022) concluyó que por medio de la imaginación y recursividad que las personas consiguen adaptarse a los cambios del contexto, lo que les permite generar estrategias de comunicación y revitalización cultural. Reconoce que existen obstáculos estructurales en el campo de la cultura que la comunidad tiene de enfrentar, no obstante, logran superarlos “mediante estrategias que han desarrollado pese a la carencia de recursos materiales, pero con abundancia de creatividad en cuanto al uso de

recursos de elevado contenido simbólico” (p.99).

En conclusión, son precisamente las relaciones expresivas de los sujetos sociales las que hacen que las personas se comuniquen con otras, y las personas como existencia social adquieran una esencia de identidad independiente del comportamiento comunicativo. Por tanto, es necesario utilizar el poder de la comunicación en proyectos o programas de desarrollo, por ejemplo, en el ámbito de la cultura. Los cambios acelerados en las tecnologías de la información y las comunicaciones marcan una nueva era que inevitablemente afectará a la sociedad y a la cultura.

El desarrollo de la identidad cultural de la universidad tiene un valor propio, no obstante, hay una sobresaliente privación de su conservación por medio del uso de contenidos audiovisuales, los cuales son fundamentales para la construcción de la identidad colectiva de la institución y para reforzar el sentido de propiedad de sus estudiantes, dado que, a través de la producción de nuevas narrativas audiovisuales con estructuras de cuentos cortos para las plataformas se puede transmitir el conocimiento y el valor de la historia y tradiciones locales, sostener una conexión más profunda con el pasado y mantener vivas las raíces culturales.

(Defaz y Farías, 2024) aseguran que, al profundizar en estos aspectos, se puede fomentar el respeto intercultural, preservar el patrimonio cultural y promover la inclusión social. Según los estudios de Rodríguez (2018) y González (2020), conocer la historia, cultura y tradición de los pueblos del Ecuador es esencial para fortalecer la identidad nacional y promover la tolerancia y el entendimiento entre los distintos grupos étnicos que coexisten en el país (p.9).

La difusión de productos audiovisuales sobre la historia, cultura y tradiciones tiene un impacto representativo en el contexto cultural. Es relevante estudiar la creación de contenido audiovisual que autorice difundir la identidad cultural de la universidad, la cual influya en la productividad en los estudiantes, docentes, trabajadores, autoridades y público en general. Sin un enfoque adecuado en la invención de productos comunicativos culturales se pone en peligro de perder una parte influyente de la identidad de la universidad.

En los antecedentes ya mencionados se reconoce que casi todos los investigadores asemejan de una u otra forma, una íntima relación entre los temas de identidad, cultura, memoria individual y colectiva, patrimonio cultural, participación colectiva, educación y difusión ente los más significativos.

Luego del análisis exhaustivo de forma holística de los estudios previos de la temática planteada las investigadoras determinan que la variable narrativa audiovisual e identidad

cultural se constituyen en un estudio innovador que proporcionará a la comunidad científica y a la comunidad universitaria UPSE elementos necesarios que contribuyen a la búsqueda de alternativas de solución a la temática planteada dentro del contexto de la Dirección de Comunicación Social.

1.2. Formulación del problema de investigación.

- ¿Cómo incide la narrativa audiovisual en la identidad cultural de la dirección de comunicación social?

1.3.Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son las partes de la narrativa audiovisual que permite la difusión de la identidad cultural?
- ¿Cómo comprender la visión de identidad y cultura al interior de la universidad?
- ¿Cómo potenciar las narrativas audiovisuales y las difusiones de la identidad cultural en la dirección de comunicación social?

1.4.Objetivos.

1.4.1. Objetivo general.

- Determinar la relevancia de las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE por medio de la Dirección de Comunicación Social.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Identificar la estructura de la narrativa audiovisual en la difusión de la identidad cultural de la UPSE.
- Definir los aspectos fundamentales de la identidad cultural en el contexto de la Dirección de Comunicación Social.
- Categorizar las estrategias de comunicación que potencien la identidad cultural.

1.5. Justificación de la investigación.

Este estudio está enfocado en conocer e identificar el porqué de esta falta de difusión de idiosincrasia cultural de la UPSE, a través del departamento de la Dirección de Comunicación Social. De este modo, la investigación nos permitirá identificar la estructura de las narrativas audiovisuales, definir aspectos fundamentales de la identidad cultural y, por último, reconocer las estrategias de comunicación que potencian la narrativa audiovisual para el crecimiento de la comunidad universitaria.

El beneficio de esta investigación científica es dejar un legado histórico, bibliográfico sobre el estado actual del contexto cultural que tiene y vive la UPSE. Este proyecto se constituye en base a una fuente de información para que pueda ser discutido y analizado dentro y fuera de las aulas universitarias. Los beneficiarios serán directamente los estudiantes, la comunidad universitaria, el público externo e interno y las futuras generaciones, quienes van a contar con un aporte científico – investigativo sobre la importancia que tiene la comunicación dentro del proceso histórico y de la identidad cultural a nivel institucional.

1.6. Hipótesis

Las narrativas audiovisuales tienen injerencia en la aceptación de una identidad cultural en la comunidad universitaria UPSE, a través del departamento de comunicación social.

1.7. Variables

1.7.1. Variable Independiente: Narrativa Audiovisual

Según (Sánchez , 2021) la narrativa se refiere a la ejecución de un relato en donde se describe una historia constituida por elementos como: el tiempo, espacio, personajes, relaciones. Pero cuando hablamos de narrativa audiovisual nos referimos a los elementos anteriores, sumado al modo en que se tratan las imágenes y sonidos para desarrollar y narrar dicho relato. (pag.319)

1.7.2. Variable Dependiente: Identidad Cultural

Para (Villacis y Álvarez, 2022) cuando nos referimos a cultura, hablamos de la identidad de un pueblo como aquella riqueza que les permite diferenciarse unos de otros. Al

perderse esa identidad se pierde la valiosa historia que los antepasados le dejaron a sus descendientes, volviéndose vulnerables al adoptar nuevos pensamientos e ideologías de sociedades ajenas a ellos. (pag,121)

2. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1. Conocimiento Actual

Narrativa Audiovisual

Mediante la narración audiovisual, es posible representar diversos eventos de la vida real desde múltiples ángulos y perspectivas, utilizando productos que incorporan elementos visuales, sonoros y textuales, logrando crear contenidos que cautivan y fascinan a la audiencia, haciendo que los mensajes sean más impactantes y memorables. (Costa C. , 2014) citada en (Lindao y Tusa, 2018) manifiesta que las historias nos permiten recrear otras realidades, sumergirnos en ellas y vivirlas” (p.192). Este poder inmersivo de las historias audiovisuales permite a los espectadores no solo ver y escuchar, sino también experimentar lo transmitido en pantalla. Al recrear y vivir otras realidades, las personas pueden desarrollar una mayor empatía y comprensión hacia diferentes concepciones.

La narrativa audiovisual es una herramienta útil en la transmisión de identidad cultural. A través de la difusión en forma contenido, los relatos audiovisuales no solo cuentan historias, también reflejan y adaptan las percepciones culturales de una sociedad. Este tipo de narrativa tiene la capacidad de unir múltiples capas de significados, creando una experiencia, creando una experiencia completa en interpretaciones.

(Ordóñez, 2018) señala que, la peculiaridad de la narrativa audiovisual es la fusión de forma y contenido de tal manera que la estructura formal y la estructura de contenido (la suma de sus capas de significación) se ensamblan y llegan al espectador como un relato íntegro susceptible de múltiples percepciones emocionales y posibilidades de interpretación que es cualitativamente diferente que la suma de sus elementos y, por lo tanto, generador de sentido (p.119).

Esta capacidad de la narrativa audiovisual para generar sentido y provocar diversas interpretaciones emocionales es esencial en la transmisión de la identidad cultural. Al incorporar elementos culturales en sus relatos, las narrativas audiovisuales no solo preservan y promueven el patrimonio cultural, sino que también fomentan un sentido de pertenencia y cohesión entre los espectadores.

Identidad Cultural

Se ha visto en el primer capítulo que la mayoría de teorías sobre identidad cultural se centran en aspectos como idioma, música, arte, comida, costumbres, tradiciones y creencias de un grupo social, pueblo, región o país. No debemos olvidar que, así como en las empresas, entidades o corporaciones poseen su identidad cultural, las instituciones también las conforman.

La identidad cultural, como constructo social, se deteriora para dar paso al proceso de multiculturalismo como una importante superposición de una nueva modernidad. Esto mismo sucede en las instituciones de educación superior, han descuidado el impulso de una cultura de identidad universitaria que forje un sentido de pertenencia, amor, gratitud, e identificación entre los universitarios con su institución, sus principios y valores. Para (Valdez Zepeda et al., 2019) establece que la identidad universitaria puede ser conceptualizada como “el conjunto de repertorios culturales compartidos por una comunidad universitaria a partir de los cuales se definen a sí mismos, orienta sus acciones y otorgan sentido a sus prácticas cotidianas”. La identidad universitaria no surge del simple hecho de ser parte de ella o de una comunidad, sino del proceso social que implica comprender y compartir la misión, metas, valores, filosofías, historias, tradiciones, símbolos y aspiraciones que engloban la existencia de una identidad cultural. Esto significa comprenderse y reconocerse como parte de la comunidad universitaria, además de asimilar el significado de estos símbolos, objetivos y responsabilidades sociales e institucionales de la universidad.

La identidad universitaria no significa estar solo matriculado en una institución sino el comportamiento del individuo estando fuera de ella, implica el conocer y formar parte de los compromisos sociales de la institución. Muy ligado al término de identidad, encontramos el orgullo universitario, que tiene por concepto, satisfacción de formar parte, ser egresado o trabajar en una institución de prestigio.

Laplanche, 2001 citado en (Valdez Zepeda et al., 2019) Finalmente, la identidad universitaria “supone comunidad (común-unidad), aceptación colectiva, e incluso, o principalmente, conlleva una potencialidad coercitiva que actúa en acto o por presencia, haciendo posible la cohesión social que garantiza la supervivencia de la comunidad”.

2.2. Fundamentación Teórica y Conceptual.

Narrativa Audiovisual

En definitiva, la manera más factible en la que se puede llegar a describir las narrativas audiovisuales es haciendo énfasis en lo que hace uso este determinado tema, que es el audio y lo visual. Esta es una manera interactiva de transmitir un mensaje, no obstante, también puede estar expuesta a cambios que se pueden llegar a dar entorno a la industria.

(CASTELLI, 2021) indica que la complejidad de las narrativas audiovisuales en la era digital nos obliga a reflexionar sobre los procesos de creación, producción, realización y distribución que atravesamos, en parte como un cisma que ha puesto en crisis la concepción tradicional de la maquinaria audiovisual, en parte como un reto que alienta la búsqueda de los modelos y métodos de trabajo afines a un tiempo histórico marcado por la hegemonía de las plataformas digitales (p.1).

Dicho brevemente, a menudo se puede sobreestimar el papel que tienen y cumplen los elementos visuales en el desarrollo narrativo-audiovisual, tomando en consideración incluso al sonido como algo adicional y así limitar el concepto de la imagen a aquello que puede ser disuelto por el ojo humano.

Dentro de los aspectos que compone una narración audiovisual se encuentran dos casos primordiales, los cuales intervienen para demostrar la gran diferencia que se puede obtener a dar en cuanto a un trabajo realizado en la cinematografía realista a comparación de un fotomontaje.

Gardies, 1993 citado en (Gutiérrez, 2018) coinciden que en la narrativa audiovisual se ha concebido desde dos perspectivas fundamentales: la geográfica y la plástica. La primera consiste en el análisis del mundo de la representación fílmica del espacio, como es el estudio de la ciudad o de la geografía de un territorio de un género cinematográfico en concreto como sería el Western. La concepción plástica está ligada al medio cinematográfico en sí mismo y analiza prioritariamente la composición plástica de la imagen articulada sobre el montaje (p.216).

En definitiva. el mundo cinematográfico ha evolucionado más, dentro de los últimos años, por ello ha ido adaptándose según concierne. Claro está que el fotomontaje ya era conocido tiempo atrás, pero se ha llegado a perfeccionar aún más, hoy en día es muy usado dentro de las narrativas audiovisuales que se usan no solo en el medio del cine, sino también en los distintivos medios que nos rodean.

Estética Visual

La estética visual, es conocida como disciplina artística, la cual se centra en la apreciación de la belleza a través de la forma, color y, sobre todo, la composición. Explorando la interacción armoniosa que existe entre elementos visuales, la estética visual y que influyen en nuestra percepción y experiencia estética en diversos campos.

(Warenästhetik, 2019) determina que comenzamos definiendo la estética como el conjunto de valores y de saberes considerados como apropiados para determinar la percepción de la belleza, siendo ésta una característica que provee placer sensorial. La estética, a modo de producción subjetiva, permite juzgar que es bello y que no, teniendo una función normativa. Ésta entra en todas las esferas de la vida posmoderna, fuertemente ligada a la individualidad y la responsabilidad (p.77).

En conclusión, la estética visual emerge como lenguaje universal que trasciende barreras culturales y lingüísticas, encantando a través de la armonía estética y la expresión creativa. Al apreciar la interacción entre formas, colores y texturas, nos lleva a sumergirnos en un mundo donde la belleza se convierte en un medio poderoso para comunicar emociones, transmitir ideas y enriquecer nuestras experiencias visuales.

La estética es un campo fascinante de la filosofía que investiga los conceptos de la belleza y arte. Esta disciplina se dedica a analizar como percibimos y apreciamos bello, tanto en nuestra experiencia sensorial como en la creación de obras artísticas. Al expresar artes visuales y audiovisuales, la estética busca comprender las respuestas emocionales que estas obras provocan en nosotros. Conjuntamente, intenta establecer criterios para evaluar y valorar diferentes formas de expresión artística, ayudándonos a profundizar en nuestra comprensión y apreciación.

(Villamizar & Osorio, 2014) citado en (Suárez y otros, 2020) definen que la estética es una disciplina filosófica que se centra en el estudio de la naturaleza de lo bello, tanto en la percepción sensorial como en la creación y apreciación de las obras artísticas. Examina los fundamentos de lo que consideramos bello y como estos principios se manifiestan en las artes visuales y audiovisuales. Además, la estética se preocupa por entender las experiencias estéticas y las respuestas emocionales que provocan las obras de arte. Esta ciencia busca establecer criterios para evaluar y comprender el valor artístico de diferentes formas de expresión (p.3).

En este contexto, la esencia de la estética como un campo filosófico integral que no solo define lo bello, sino que también analiza como lo percibimos y respondemos a él emocionalmente. La estética, al proporcionar un marco para evaluar las obras de arte, ayuda a sentido y valor a las diferentes manifestaciones artísticas, permitiendo una apreciación más profunda y crítica de lo visual y lo auditivo en el arte contemporáneo. o Esto demuestra su importancia no solo en la teoría del arte, así mismo, en su práctica y recepción.

Elementos visuales

Los elementos visuales son las piezas fundamentales que componen la narrativa audiovisual, desde la fotografía hasta el cine y el diseño gráfico. Se enlazan por medio de la combinación de color, composición, forma y estilo, los elementos visuales transmiten significados, evocan emociones y guían la atención del espectador. (Mirzoef, 2018) sostiene que “La habilidad para absorber e interpretar la información visual que es la base de la sociedad industrial, y en la era de la información está adquiriendo aun mayor importancia” (p.9). En resumen, los elementos visuales son herramientas fuertes que dan vida a la narrativa visual. Su habilidosa combinación no solo aporta estética, sino que también comunica de una manera eficaz, impactando la experiencia del espectador y contribuyendo significativamente a la experiencia artística y comunicativa en diferentes medios.

En la actualidad, la comunicación ha evolucionado hacia un concepto que abarca una amplia gama de definiciones entre sistemas tecnológicos y sociales. Este cambio muestra y destaca la necesidad de explorar como esta conexión influye en nuestra comprensión del mundo y en nuestras acciones diarias. Los elementos visuales desempeñan un papel esencial al moldear la forma en que percibimos y comprendemos la información. (Aguado, 2018) establece que “Cualquier interacción entre cualquier sistema como forma de comunicación, lo que, de hecho, extiende el concepto de comunicación de forma absoluta” (p.5). En definitiva, los elementos visuales son el lenguaje universal de la expresión artística y comunicación visual. La comunicación como una interconexión omnipresente nos invita a valorar su papel principal en nuestra vida diaria. Al comprender la universalidad de la comunicación, podemos comprender su poder transformador en la orientación de sociedades más cohesionadas y colaborativas.

Impacto Visual

En el ámbito de la narrativa audiovisual, la capacidad de comunicar eficazmente un mensaje es importante para el desarrollo y preservación de un producto en concreto. La saturación de información y elementos visuales puede resultar contraproducente, disolviendo el mensaje y dificultando su comprensión.

Para (EVE, 2020) Una de las estrategias más efectivas para generar impacto visual es sintetizar y simplificar el mensaje que quieres transmitir. Esto se hace eliminando todo aquello que no aporta nada, pues resta y hace que se pierda la atención. La idea es que el mensaje llegue al espectador de la forma más eficaz posible.

La combinación de una narrativa audiovisual bien elaborada con un claro objetivo, puede tener un impacto significativo en la percepción y cohesión de una comunidad. En este caso, dentro del contexto de la Dirección de Comunicación UPSE tiene el potencial de utilizar estas herramientas para fortalecer los lazos culturales y académicos, asegurando que los mensajes no solo informen, sino que también inspiren y unifiquen.

La creatividad y la innovación son esenciales para los creadores de contenidos, estos deben ser capaces de generar productos que no solo sean técnicamente competentes, sino también emocionalmente resonantes y culturalmente significativos, para lograr este impacto, es fundamental mantenerse inspirado y actualizado con las tendencias y técnicas de diseño visual.

Según (Sanchez, 2019) Los creadores de contenido deben ser muy creativos a la hora de generar elementos gráficos con impacto visual. Para eso, necesitan inspiración constante que faciliten el diseño técnico y analice las formas específicas detrás de cada efecto. Esto lo puede llegar a experimentar bajo una perspectiva visual de varias fuentes, a través de un proceso de aprendizaje integral.

La habilidad de los creadores de contenido para combinar creatividad e inspiración continua es vital para las narrativas audiovisuales. Al integrar diversas fuentes de aprendizaje para mantenerse al día con las tendencias de diseño, estos profesionales pueden crear contenido que no solo cautive visualmente, sino que, a su vez también refleje y fortalezca el objetivo del mensaje.

Identidad Cultural

En este apartado se dará a conocer la importancia de (Identidad, valores y cultura), aspectos que engloban una identidad cultural dentro de una institución.

La identidad corporativa (institucional) es el reflejo de la entidad en su totalidad y, sobre todo, lo que la diferencia del resto y nos permite distinguirla de otras, y si desaparece tendrá un impacto decisivo en la organización, porque es la herramienta que puede gestionar la confianza y la reputación asociada a ello. Todo lo que lo conforma se vuelven tangibles para crear una personalidad única e inimitable entre los diferentes grupos. Para Paul Capriotti citado en (Cucchiar, 2019) define a la identidad corporativa como el “conjunto de características centrales, perdurables y distintivas de una organización, con las que la propia organización se identifica (a nivel introspectivo) y se auto-diferencia (de las otras organizaciones de su entorno)”. Al referirse a características “centrales”, Capriotti lo relaciona con que son fundamentales y esenciales para la organización. Por “perdurables”, lo manifiesta como aquellos aspectos que tienen permanencia o voluntad de permanencia en el tiempo. Por último, por “distintivas” hace alusión a aquellas relacionadas con elementos de personalización, en que se diferencia una organización de otras entidades.

El perfil de identidad corporativa es, para Paul Capriotti, un “Core Value Proposition”, es decir, un conjunto de atributos, beneficios y valores (centrales, perdurables y distintivos).

Es de suma importancia, dar a conocer los cinco sistemas de signos que conforman la identidad corporativa. Joan Costa citado en (Cucchiar, 2019) los divide de la siguiente manera en su libro Dircom On-line, 2004:

- a) Identidad Verbal: el primero de los signos, está compuesto por el nombre de la organización (institución), por eso se dice que es lingüístico. Este inicia su vida legal y social en el instante en que este es registrado en propiedad y amparo de la ley.
- b) Identidad Visual: El segundo de los signos es de naturaleza visual, específicamente, gráfica, donde gira entorno a la marca (logotipo, símbolo y colores corporativos).
- c) Identidad Objetual: La personalidad corporativa (institucional), que está reflejada en los productos que se vende (sus programas de postgrado).
- d) Identidad Ambiental o Arquitectura Corporativa: La identidad del

lugar, además de ser un lugar de áreas de conocimiento, es el ambiente donde el público vive experiencias, cual forma parte de su imagen.

e) Identidad Cultural: Último signo y muy relevante para la construcción de este proyecto, Identidad corporativa (institucional), la cual se conforman de percepciones, unidades estratégicas, sistemas de valores corporativos (proviene de la historia de la organización, estructura y organización interna, relaciones jerárquicas y gestoras, el grado de cohesión y configuración corporativa (institucional), la gestión de la comunicación interna y la ubicación espacial y geográfica: representando la dirección y el estilo corporativo (institucional) de una entidad.

El término de identidad conceptual nace a partir de lo que Capriotti establece como la cultura y filosofía corporativa (institucional), como primer elemento.

La identidad visual es el segundo componente de la identidad corporativa (institucional). Justo Villafañe citado en (Cucchiar, 2019) la define como “la traducción simbólica de la identidad corporativa de una organización, concretada en un programa o manual de normas de uso que establece los procedimientos para su correcta aplicación”. En este aspecto, el autor asegura que este es un elemento fundamental para la gestión de imagen de una entidad.

Existe una serie de elementos que constituyen la identidad visual.

Villafañe citado en (Cucchiar, 2019) distingue el logotipo, el símbolo, el logosímbolo, los colores corporativos y la tipografía corporativa.

- El logotipo: es un diseño tipográfico que constituye la denominación corporativa (institucional) y, en algunos casos, la marca.
- El símbolo es una imagen visual que simboliza la identidad de una empresa.
- El logo símbolo es una combinación estandarizada de signos y símbolos que refleja la imagen corporativa
- Los colores corporativos son los colores permitidos en el plan de identidad visual.
- La tipografía corporativa es la familia tipográfica especificada por el programa. Esta se manipula para personalizarla y diferenciarla de otras identidades visuales.
- La arquitectura corporativa este comunica datos sobre la identidad de una empresa al público y a los empleados que acceden esos datos. “la arquitectura corporativa debe expresar la identidad y el espíritu de la marca para poder integrarse plenamente como un

canal y mensaje que transmita los valores de la organización”.

Es por ello que la identidad se debe agregar valor y ser coherente y fiel con aquello que se quiere representar.

Según Franklin Fincowsky y Gómez Ceja, 2004 citado en (Cucchiari, 2019) definen que

La identidad de una organización se materializa a través de una estructura y se presenta como imagen. Su percepción depende de la posición de quien la percibe, lo que permite distinguir entre la endoidentidad percibida, desde los estados propios de la organización por sus integrantes, y la exoidentidad percibida por un observador en el dominio de las interrelaciones.

Valores de la identidad cultural, según (Tacuri, 2023) menciona que los valores o creencias fundamentales que guían el comportamiento y las decisiones de una persona o grupo. Puede ser morales, éticos, religiosos, culturales o personales, y pueden ser positivos o negativos. Los valores también pueden cambiar a lo largo del tiempo y puede ser diferentes.

Los valores deben ser las bases fundamentales que orientan la conducta del ser humano y son clave en el camino de la educación. Algunos de los valores importantes dentro de una institución son: respeto, responsabilidad, honestidad, tolerancia, solidaridad y esfuerzo. Estos ayudan a incentivar un mejor ambiente de aprendizaje positivo y colaborativo.

Por eso, es importante que no solo los docentes promuevan y practiquen los valores sino, también los estudiantes dentro y fuera de la institución. A continuación, se manifiestan otros valores que deberían tomarlos en cuenta.

- Respeto: Aprender a respetar las opiniones, creencias y culturas de los estudiantes, y así evitar el prejuicio y la discriminación.
- Inclusión: La institución debe incentivar un entorno incluyente, para que todos los estudiantes se sientan respetados independientemente de sus raíces culturales o situaciones económicas.
- Conocimiento de la historia y la tradición: Inculcar a los estudiantes sobre la existencia de culturas y tradiciones, para que se familiaricen con la diversidad y desarrollar

un sentido de pertenencia.

- Habilidades de convivencia pacífica: Aprender a trabajar en equipo, solucionar conflictos de manera pasiva. Desarrollar habilidades en los estudiantes para construir un entorno saludable, justo y equitativo.
- Valorar la cultura propia y ajena: La institución debe fomentar la apreciación de la cultura propia y ajena, para desarrollar en los estudiantes una conciencia cultural.

Según, Podestá, 2012 citado en (Tacuri, 2023) menciona que el antropólogo Edward B. Tylor concibió la cultura como “esa totalidad que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos que el hombre adquiere como miembro de la sociedad”. De esta manera, la cultura es parte esencial en la identidad individual y colectiva, ya que nos representa y nos conecta con nuestros antepasados y con nuestra comunidad.

Morgan 1986 citado en (Ongallo, 2007) define la cultura organizativa de manera de identificación de los grupos sociales mediante las acciones dadas por una institución.

El significado compartido, la comprensión compartida y la creación de sentido compartido son formas diferentes de describir la cultura. Al hablar de cultura en realidad estamos hablando de un proceso de realidad. Construcción que permite a las personas ver y comprender eventos, acciones, objetos, expresiones o situaciones de manera distintivas. Estos patrones de comprensión también proporcionan una base para hacer sensato y significativo el propio comportamiento (p.112)

Por cultura corporativa, Capiotti, 2009 citado en (Cucchiari, 2019) entiende que son “conjunto de creencias, valores y pautas de conducta, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de una organización, y que se reflejan en sus comportamientos”.

Los componentes de la cultura corporativa son: las creencias compartidas, los valores compartidos y las pautas de conducta.

- Creencias: Conjunto de presunciones básicas, que son compartidas por los miembros de la organización (institución). Son estructuras invisibles, inconscientes y asumidas como preestablecidas.
- Valores: Conjunto de principios que son compartidos por los miembros de la organización en su desempeño diario dentro de la entidad.

- Pautas de conducta: Son los modelos de comportamientos de todo un grupo. Aspectos visibles y manifiestos de la cultura, que expresan las creencias y valores de la entidad.

Globalización

La globalización se refiere al proceso de creciente interconexión global entre países a nivel económico, social, político y tecnológico.

Para (Jiménez J. , 2023) la globalización es vista por algunos como una oportunidad a través de la cual los países pueden alcanzar un mayor desarrollo. Pero, por otro lado, también es como una amenaza que no solo transgrede la soberanía de los Estados, sino que además vulnera la supremacía constitucional y las facultades de los poderes Ejecutivo y Legislativo, aumentando la brecha social y vulnerando los derechos sociales, económicos y culturales, trastocando con ello a la democracia y al estado constitucional social (p.85).

En teoría la globalización se ha convertido cada vez más en el término más apropiado para denotar de manera más general una fuerza que opera en diferentes niveles y a su vez es una herramienta utilizada por las organizaciones financieras internacionales para encontrar oportunidades de manipular y limitar la legislación de los países económicamente más débiles.

Cuando se trata de globalización, influyen varias dimensiones, como en el ámbito económico, se manifiesta en el crecimiento del comercio internacional, la libre circulación de capitales y la expansión de las corporaciones multinacionales. Por otro lado, en lo político, plantea un desafío a la soberanía nacional y la democracia, ya que algunas decisiones políticas y económicas están influenciadas por actores y procesos globales.

Para (Bula, 2024) la globalización puede definirse como el proceso continuo en el que países, personas, economías, culturas, creencias y antecedentes históricos se encuentran y se integran con fines específicos. Notablemente este fenómeno social, cultural y económico ha unido al mundo con implicaciones positivas y negativas (p.162).

Para concluir, este proceso implica la interconexión y la creciente interdependencia de los países en los niveles económico, político, cultural y social. En términos generales, se refiere a la integración económico y social global, impulsada principalmente por los avances en las tecnologías de comunicación y transporte.

Multiculturalidad

Incluso el multiculturalismo no puede entenderse como un simple acto de promover la integración de personas con diferentes orígenes culturales en la sociedad, sino más bien como una aceptación de múltiples realidades que pueden enriquecer la convivencia.

(Aravena y Ramírez, 2020) manifiestan que hablar de multiculturalidad implica poner en cuestión la comprensión del sentido de lo cultural, lo multicultural y lo pluricultural. Todo ello, atravesado por el concepto de identidad, necesario para construir y constituir una cultura. Desde una mirada histórica, es necesario pensar el multiculturalismo como una construcción social y que comienza siglos atrás con la colonia (p.103).

Resumiendo lo planteado, el multiculturalismo no solo reconoce la convivencia de diferentes culturas, sino que también busca la igualdad de trato y de oportunidades para todas las personas, independientemente de su origen étnico, cultural o religioso. Esto puede incluir políticas de inclusión social, programas educativos que respeten y aprecien la diversidad y medidas para garantizar una representación equitativa de diferentes grupos en instituciones y espacios públicos.

El concepto de “multiculturalismo” presupone el concepto de “cultura”. Pero al mismo tiempo, el concepto de “cultura” está estrechamente relacionado con el concepto de “civilización” y este con el de “barbarie”. Todos son conceptos polisémicos.

Según (Aravena y Ramírez, 2020) señalan que el contexto latinoamericano sobrepasa el debate entre multiculturalistas e interculturalistas. Si bien, tienen orientaciones diferentes, ambos conceptos no son excluyentes, comparten intereses como, la necesidad de buscar la igualdad entre las culturas y se relacionan con los contextos de pluralismo cultural, es decir, distintas culturas en los territorios (p.103).

El multiculturalismo se lo considera como una construcción y discurso de grupos dominantes para evitar las causas reales de la desigualdad entre grupos, las realidades económicas y políticas de la dominación, o servir como movimientos sociales e intelectuales que apuntan a exponer el eurocentrismo o la hegemonía cultural occidental y defender el derecho de otras culturas o de los grupos que se adscriben a ellas a ser reconocidas y respetadas.

Inclusión

Es necesario resaltar que la inclusión social se encuentra en el vocabulario de varias organizaciones multilaterales, gobiernos nacionales y en la Unión Europea como forma de abordar diversos problemas sociales, brindando soluciones en forma de políticas públicas. De la misma manera aborda temas de exclusión social, participación y poder político, desempleo juvenil, empleo precario, racismo, intolerancia cultural y explotación económica que no están debidamente excluidos y que deben distinguirse.

Para (Vélez et al., 2020) la cultura, política y práctica, permite concebir una comunidad escolar con valores y creencias compartidos y orientados hacia su formación y desarrollo, con actividades escolares que favorezcan la actuación a todos, evidenciando coherentemente la cultura a la que pertenecen y la política orientadora que poseen (p.6).

Podemos incluir otra dificultad, que es la metáfora del concepto, es decir, que las personas están fuera de la sociedad y deben ser incorporadas a ella. Las personas que no participan en la sociedad y deben participar plenamente y crear lógicas dicotómicas (pensar en inclusión/ exclusión, dentro/fuera, los del centro/los de los márgenes, etc.) que no se corresponden con la realidad. Por tanto, se puede decir que existe una ambigüedad conceptual en torno a la inclusión social. Sus dimensiones, elementos y núcleo conceptual aún no están claramente definidos, esta menos claro en qué se diferencia la inclusión social de otros procesos o situaciones como la integración o la cohesión social.

Por ello lograr la inclusión requiere construir relaciones entre los diferentes contextos en los que se desarrollan los individuos y preparar a las personas para la vida de manera consciente del medio ambiente, cambios socioeconómicos y cambios políticos que tienen lugar en la sociedad moderna, que contribuyen al desarrollo espiritual y personal del individuo y de su aportación al desarrollo social.

(García et al., 2021) determinan que uno de los enfoques a considerar radica en la participación activa en el accionar de espacios de inclusión que fortalezcan el crecimiento personal y colectivo que fomenten el desarrollo de habilidades y capacidades ludo-pedagógicas de los educandos, considerando como principal aspecto el rol significativo en la aplicación de derechos para la vida y la participación en la sociedad (p.99).

Por último, se entiende que el objetivo primordial de la educación inclusiva es proporcionar a los estudiantes respuestas convincentes en el entorno educativo formal con el objetivo de integrarlos en el proceso de transformación personal y social, para que puedan percibirse como ciudadanos en su desarrollo cognitivo y en su construcción intelectual.

2.3 Marco Legal

Para este presente proyecto investigativo se respaldará en el siguiente marco legal tanto constitucional, como de ley de educación superior y de comunicación, que ha servido para fundamentar el presente trabajo de investigación que le da una validez y sustentabilidad sobre la direccionalidad que debe tener este proyecto con respecto a la difusión cultural.

2.3.1 Constitución del Ecuador

La Constitución del Ecuador en el Capítulo II: Derechos del Buen Vivir, Sección Cuarta: Cultura y Ciencia, Art.21 y Art. 23 manifiestan que:

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.

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.

Título XVII

Régimen del buen vivir en el Capítulo I: Inclusión y Equidad, Sección Quinta: Cultura

Art. 377.- El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

2.3.2 Ley Orgánica de Comunicación

Capítulo II: Derechos a la Comunicación

Sección II: Derechos de Igualdad e Interculturalidad

Art. 36.- Derecho a la comunicación intercultural y plurinacional. – Los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias tienen derecho a producir y difundir

en su propia lengua, contenidos que expresen y reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes.

2.3.3 Ley Orgánica de Cultura

En la Ley Orgánica de Cultura el Art.3, de los fines. Son fines de la presente Ley:

- a) Fomentar el diálogo intercultural en el respeto de la diversidad; y fortalecer la identidad nacional, entendida como la conjunción de las identidades diversas que la constituyen;
- b) Fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas, y promover el acceso al espacio público de las diversas expresiones de dichos procesos;
- c) Reconocer el trabajo de quienes participan en los procesos de creación artística y de producción y gestión cultural y patrimonial, como una actividad profesional generadora de valor agregado y que contribuye a la construcción de la identidad nacional en la diversidad de las identidades que la constituyen;
- d) Reconocer e incentivar el aporte a la economía de las industrias culturales y creativas, y fortalecer sus dinámicas productivas, articulando la participación de los sectores públicos, privados, mixtos y de la economía popular y solidaria;
- e) Salvaguardar el patrimonio cultural y la memoria social, promoviendo su investigación, recuperación y puesta en valor; y,
- f) Incentivar la descentralización y desconcentración de la institucionalidad del sector cultural y fortalecer su articulación con los sectores de educación, ciencia y tecnología, turismo, producción y otros que se relacionen con el ámbito de la cultura.

2.3.4 Ministerio de Cultura

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.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

Para (Martinez, 2018) La investigación descriptiva es un enfoque científico que busca describir las características de un fenómeno, sujeto o población en estudio. Se utiliza de forma cualitativa para obtener una comprensión detallada antes de realizar investigaciones cuantitativas. A través de métodos como observaciones y entrevistas, se recopila información que permite describir las cualidades y patrones del objeto de estudio.

3.2 Enfoque de investigación

En este trabajo de investigación se ha optado en aplicar un enfoque mixto en el cual se consideran datos cualitativos y cuantitativos como encuesta, entrevista y ficha de observación.

(Albayero et al., 2020) determinan que el enfoque cuantitativo explica los problemas de investigación mediante el método hipotético deductivo para justificar las hipótesis planteadas, transitando de lo general a lo particular. Mientras que el cualitativo lo hace por medio del razonamiento inductivo para comprender dichos problemas desde las expectativas y puntos de vista de los actores sociales sobre lo que dicen que saben y lo que realmente saben.

3.3 Diseño de investigación

Según (Ramos, 2021) En un diseño de tipo experimental, la variable independiente se caracteriza por generar los grupos de intervención que se organizan en el estudio. Clásicamente una variable independiente es la variable causal que genera un impacto sobre una variable dependiente, en tal sentido, los niveles de experimentación de la variable independiente generan un impacto en la variable que se pretende influir (p.2).

3.4 Alcance de investigación.

El alcance de la investigación se enfoca en la investigación descriptiva. Esto se respaldó mediante (Guevara y otros, 2020) quienes explican que, la investigación descriptiva tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permiten establecer la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

3.5. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variables		Definición	Dimensión	Indicadores	Items
Independiente	Narrativa audiovisual	La narrativa se refiere a la ejecución de un relato en donde se describe una historia constituida por elementos como: el tiempo, espacio, personajes, relaciones. Pero cuando hablamos de narrativa audiovisual nos referimos a los elementos anteriores, sumado al modo en que se tratan las imágenes y sonidos para desarrollar y narrar dicho relato (Sánchez , 2021) (pag.319).	Estética visual	Percepción	¿La narrativa audiovisual influye significativamente en mi percepción de la identidad cultural?
			Elementos visuales	Transmisión	¿Cree usted que la Universidad Estatal Península de Santa Elena debería fomentar más proyectos audiovisuales que promuevan la identidad cultural?
			Impacto visual	Relevancia	¿Considera usted que la narrativa audiovisual que se utiliza en los proyectos la UPSE refleja adecuadamente la identidad cultural de nuestra provincia?

Dependiente	Identidad cultural	<p>Cuando nos referimos a cultura, hablamos de la identidad de un pueblo como aquella riqueza que les permite diferenciarse unos de otros. Al perderse esa identidad se pierde la valiosa historia que los antepasados le dejaron a sus descendientes, volviéndose vulnerables al adoptar nuevos pensamientos e ideologías de sociedades ajenas a ellos. (Villacis y Álvarez, 2022)(pag,121).</p>	<p>Globalización</p> <p>Multiculturalidad</p> <p>Inclusión</p>	<p>Comportamiento</p> <p>Conocimiento</p> <p>Participación</p>	<p>¿Considera usted que los contenidos multimedia creados por los estudiantes de la UPSE contribuyen a la preservación de nuestra identidad cultural?</p> <p>¿Las representaciones de nuestra cultura en los contenidos audiovisuales de la Universidad mejora mi sentido de pertenencia a la comunidad universitaria?</p>
--------------------	---------------------------	---	--	--	--

3.6 Población, muestra y periodo de estudio.

Población

La población o el objeto de estudio, es un conjunto o grupo de elementos que coinciden en una serie de cualidades similares, en el que se basará para determinar un estudio estadístico que aporten al proyecto de investigación.

(Ocampo Mallou et al., 2022) afirman que la población es creada por los intervalos de confianza de las muestras obtenidas, es decir, es un artefacto de la muestra en tanto representa el universo de datos sobre el cual se infieren resultados. Es interesante mencionar que esta particular concepción de la población nace de asumir la variabilidad y la comparabilidad (a través de rasgos comunes) entre los individuos y del ordenamiento entre ellos.

Dentro del contexto de esta investigación, según la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud de la UPSE, en los datos estadísticos existe una nómina de 3.750 estudiantes, registrados oficialmente regulares.

Tabla 2: Total de estudiantes de las carreras de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud.

Carreras	Cantidad
Audiencias Digitales	24
Comunicación	619
Derecho Matriz	888
Derecho Palyas	323
Economía	136
Enfermería	896
Gestión Social y Desarrollo	654
Psicología	210
Total	3750

Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

Muestra

Es así como el análisis de la muestra permite realizar inferencias, conclusiones u opiniones generalizadas sobre el grupo objetivo.

Según (Otzen y otros, 2017) determinan que el propósito del muestreo es investigar la relación entre la distribución de una variable en la población objetivo y la distribución de esa variable en la muestra. Para ello se deberán definir criterios de inclusión (características clínicas, demográficas, temporales), entre otros. Características geográficas de los sujetos que componen el grupo de estudio) y exclusión (características que pueden confundir a los sujetos de estudio), calidad de los datos o interpretación de los resultados (p.227).

En el caso de este proyecto de investigación, se usará un muestreo probabilístico aleatorio simple, ya que será destinada a la población de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, correspondiente a 3.750 individuos.

Para delimitar la muestra de la investigación se utilizó el sitio web Surveymonkey, dando como resultado 349.

Figura 1. Muestra por Surveymonkey

The image shows the SurveyMonkey sample size calculator interface. It features three input fields at the top: 'Tamaño de la población' (Population size) with the value 3750, 'Nivel de confianza (%)' (Confidence level) with a dropdown menu set to 95, and 'Margen de error (%)' (Margin of error) with the value 5. Below these fields, the calculated 'Tamaño de la muestra' (Sample size) is displayed in large green text as 349. Underneath the sample size, there is a promotional message in Spanish: '¿Estás haciendo una investigación de mercado? SurveyMonkey Audience te ayuda a encontrar a los encuestados adecuados para tu encuesta de manera rápida y fácil según datos demográficos y geográficos, comportamientos del consumidor y otros criterios que tenemos disponibles.' At the bottom, there is a green button labeled 'Elige tu público' (Choose your audience).

Periodo de Estudio

El periodo de estudio del presente proyecto se inició entre el 04 de septiembre del 2023 al 26 de junio del 2024, para el efecto se trabajó de la siguiente manera.

Realizando el debido seguimiento al calendario de actividades presentado por la UIC de la carrera de Comunicación 2024-1, se consideró el tiempo estimado de las actividades a efectuarse, iniciando con el planteamiento del problema de investigación con un lapso de tiempo de nueve días, al igual que el marco teórico y conceptual. Por consiguiente, el tiempo considerado para el marco metodológico fue de diez días, con relación a eso se llevó a cabo el levantamiento de información en nueve días. Más adelante, se procedió con el siguiente punto que es la discusión de los instrumentos adjuntando conclusiones y recomendaciones, por último, el resumen e introducción con un tiempo específico.

3.7. Técnicas e Instrumentos de levantamiento de información.

Las técnicas utilizadas fueron la encuesta, la entrevista y la ficha de observación, ya que se alinean perfectamente con el enfoque de este proyecto, recopilando datos de diversas fuentes que incluye a un público en general y profesionales expertos en los ámbitos determinados.

Respecto a la encuesta, (Falcón y otros, 2019) señalan que es una técnica muy utilizada tanto para la investigación de tipo académica, como instrumento para la planificación tendiente a la acción o simplemente como herramienta de estudio para el análisis de cualquier evento social (p.1).

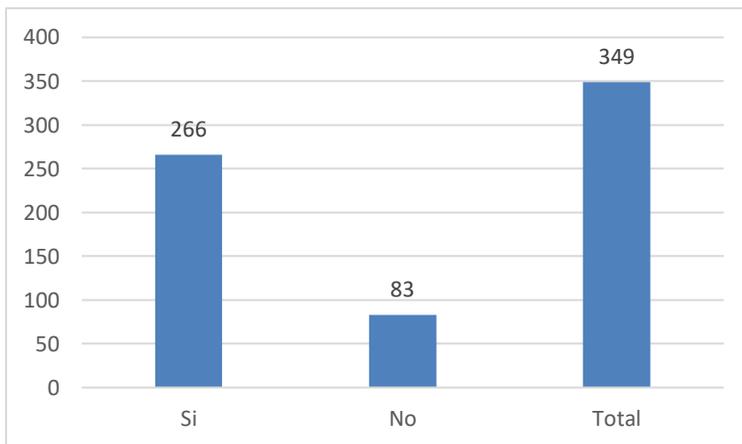
Por otra parte, (Sierra Caballero, 2019) define a la entrevista como un instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana, siendo en orden social un orden déctico. En concreto, la entrevista proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo un proceso de comunicar (p.302).

Finalmente, (Hernández Sampieri y otros, 2014) expresan que la ficha de observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifestada. Puede usarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Análisis Cuantitativo: Encuesta

Tabla 3. ¿Usted ha visto videos producidos por la Dirección de Comunicación Social de la UPSE en este último año?

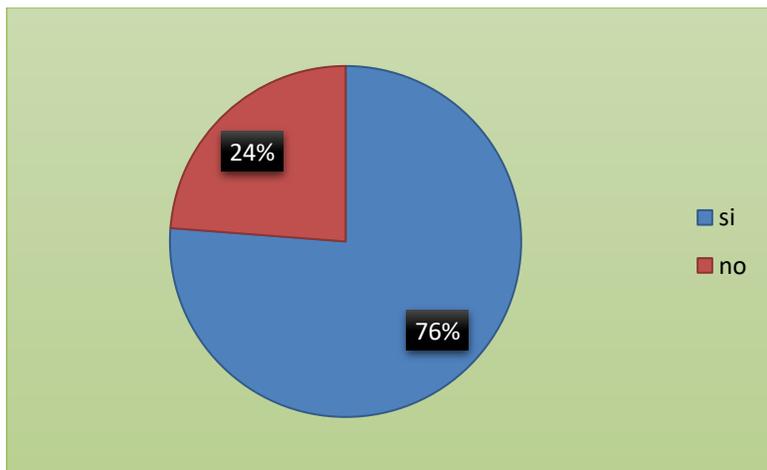


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

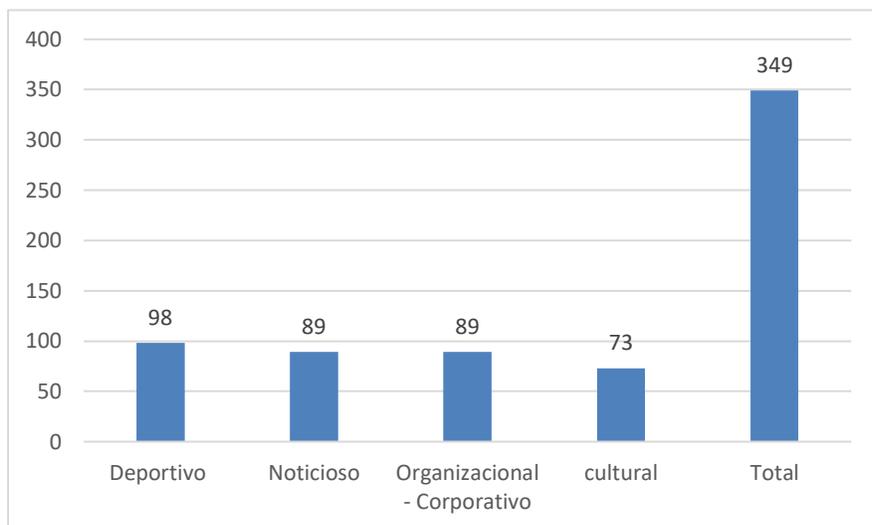
Figura 2.



Análisis e interpretación:

El 76% que equivale a 266 personas encuestadas, ha visto videos producidos por la Dirección de Comunicación Social, los cuales informan sobre las diferentes actividades que desarrolla la Universidad. Sin embargo, el 24% que corresponde a un mínimo de 83 personas, que no han visualizados estos videos producidos por la Dirección.

Tabla 4. ¿Qué tipos de contenido cree usted que la universidad difunde más?

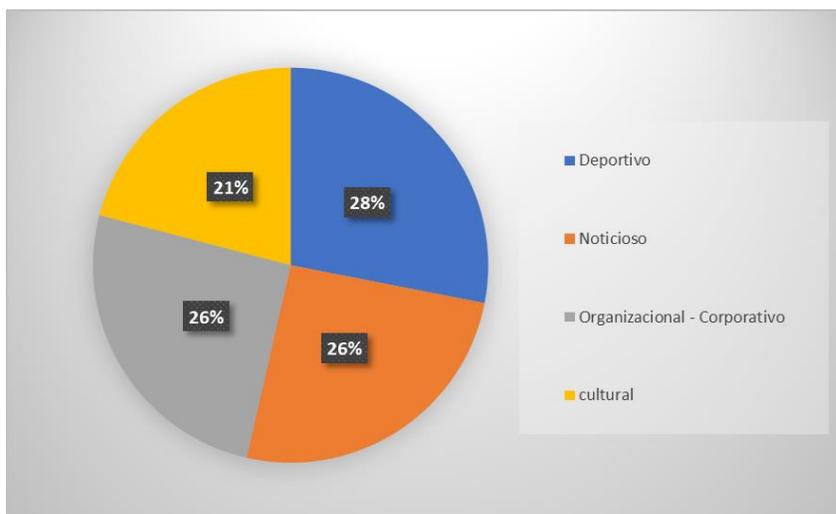


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

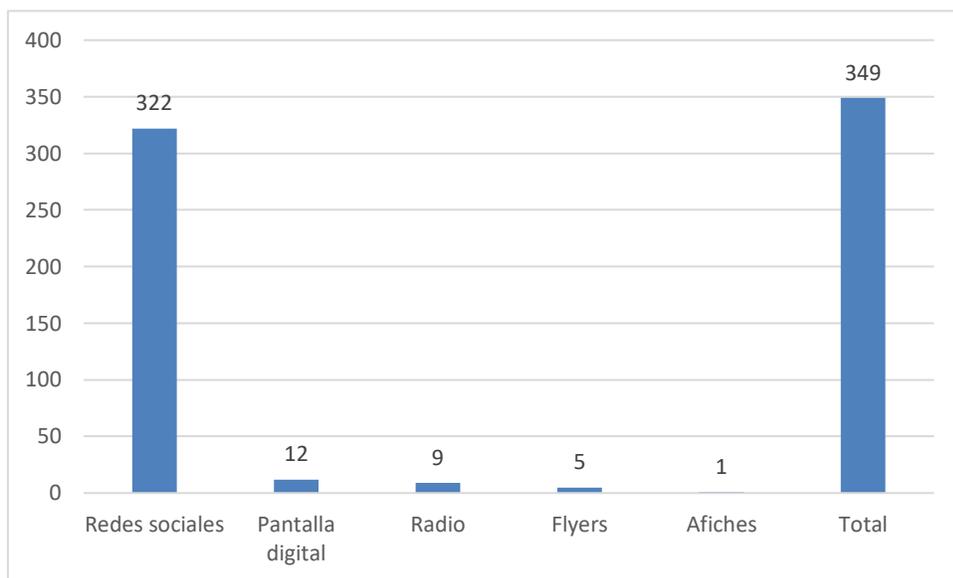
Figura 3.



Análisis e interpretación:

El 28 % que equivale a 98 personas encuestadas, mencionan que el contenido más difundido en la Universidad por la Dirección de Comunicación Social, es actividades deportivas; seguido por un 26% de contenido noticioso referente a las actividades académicas que se desarrollan en la Universidad, continuando con un 26% de contenido organizacional-corporativo y por ultimo un 21% de contenido cultural.

Tabla 5. ¿A través de qué medios se informa usted sobre la identidad cultural de la UPSE?

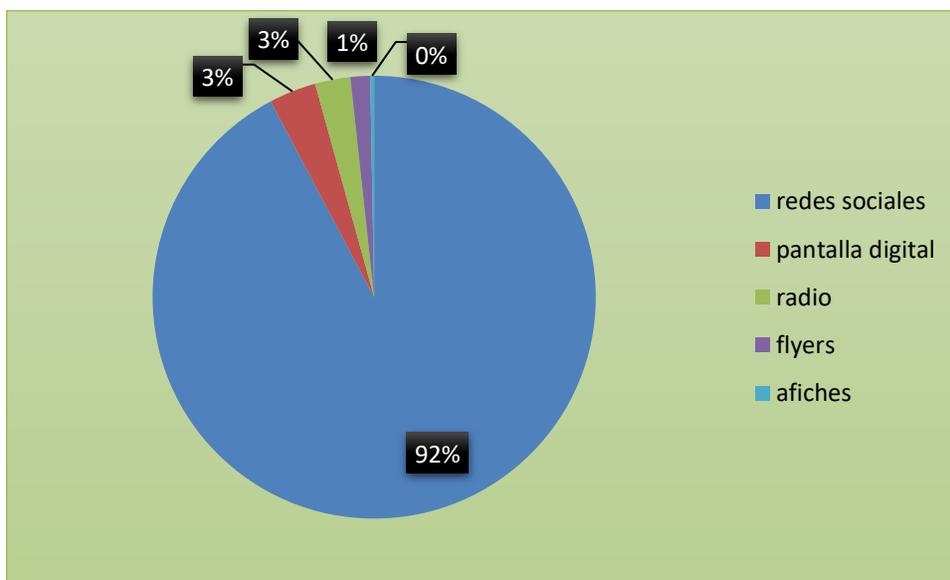


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

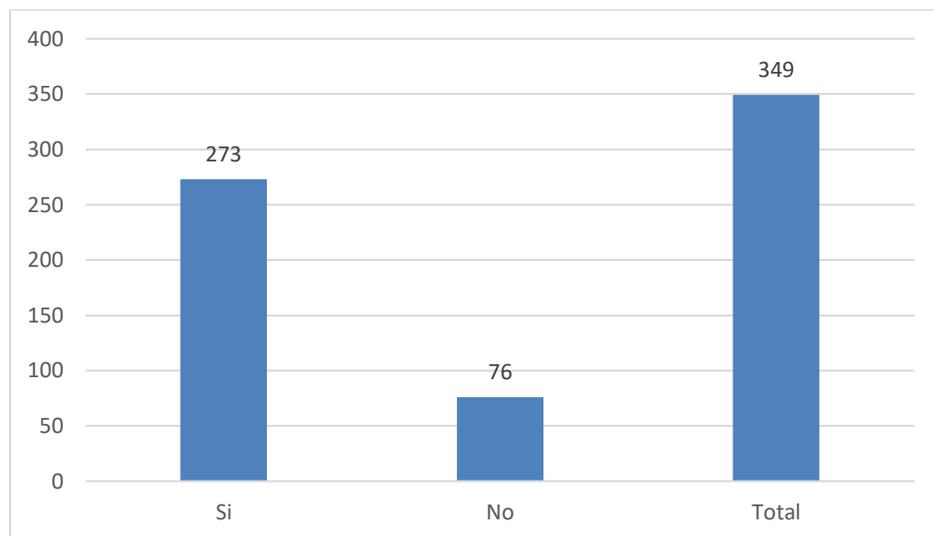
Figura 4.



Análisis e interpretación:

El 92% correspondiente a 322 personas encuestadas, manifiestan que se informan con regularidad por medio de las Redes sociales, por lo tanto, el 3% que corresponde a 12 personas se informan por pantalla digital, seguido de un 3% equivalente a 9 personas que se informan por la Radio, continuando con el 1% equivalente a 5 personas que se informan por Flyers, finalizando con el 0% que representa a 1 persona, la cual se informa mediante los Afiches.

Tabla 6. ¿Usted se identifica con los símbolos y emblemas que representan a la universidad?

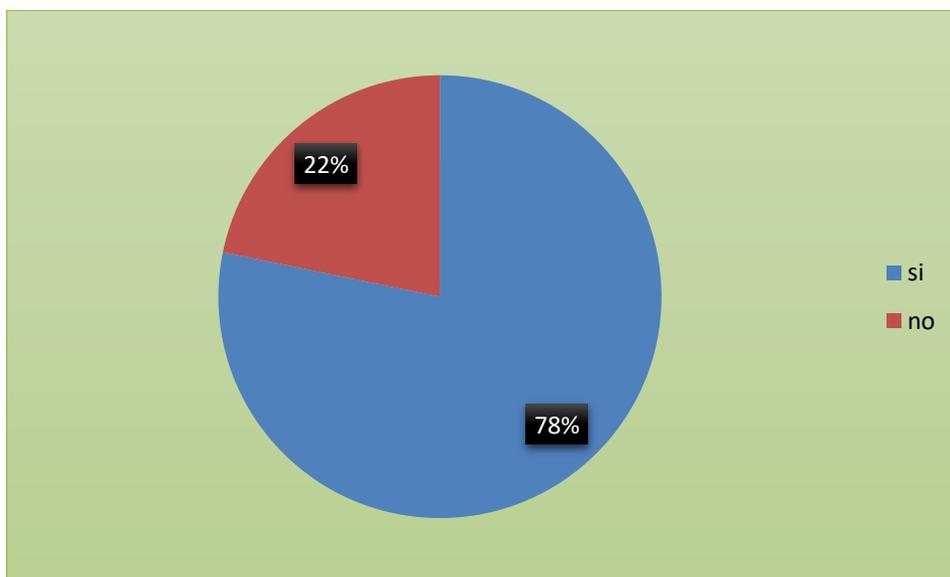


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

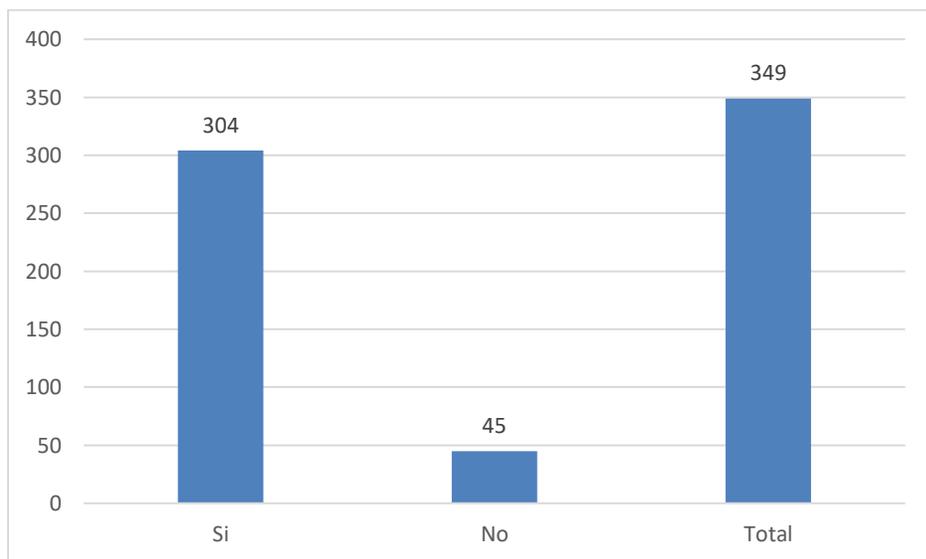
Figura 5.



Análisis e interpretación:

El 78% que representa a 273 personas, indica que se sienten representados por los símbolos y emblemas de la Universidad, sin embargo, existe un mínimo del 28 % que equivale a 76 personas que no se sienten representados por estos aspectos.

Tabla 7. ¿Se siente representado/a por los valores y principios que promueve la UPSE?

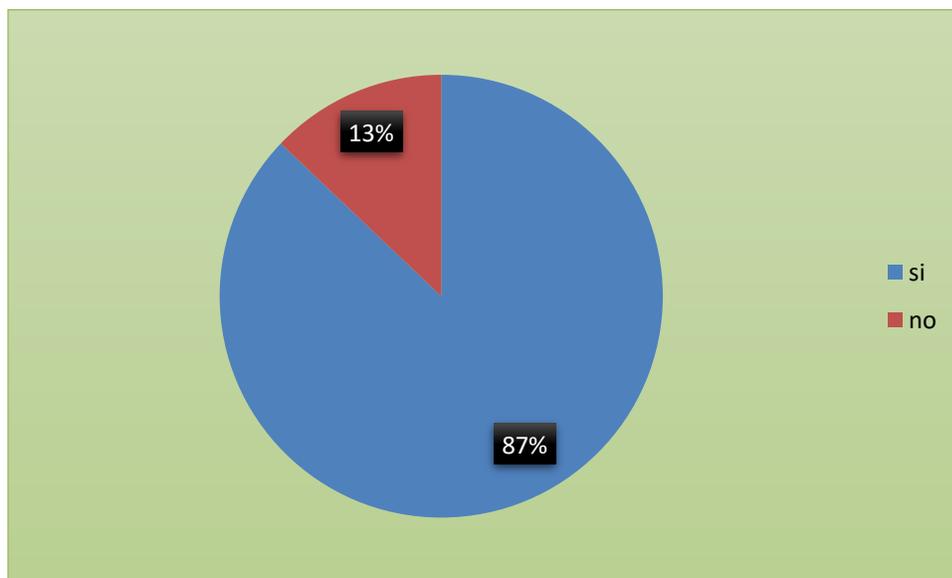


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

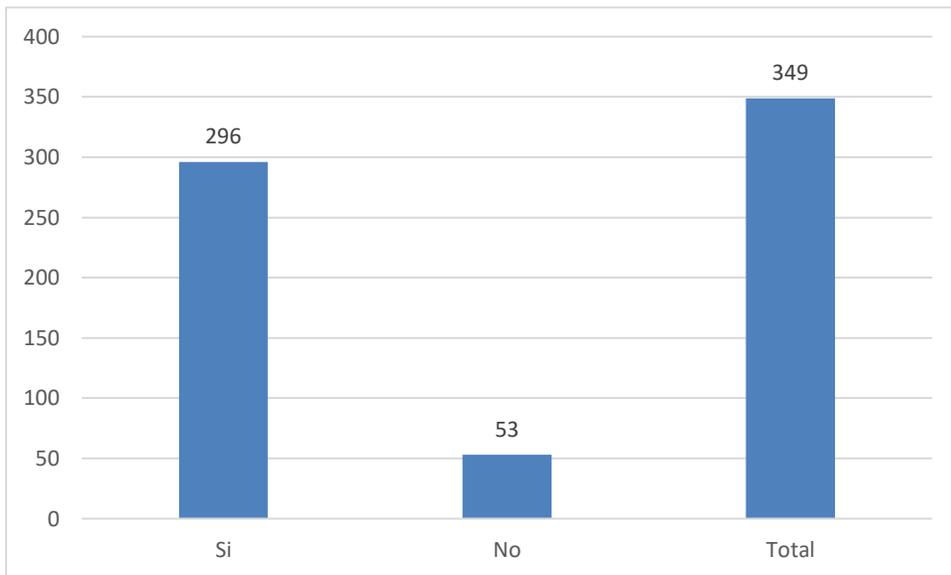
Figura 6.



Análisis e interpretación:

El 87% destinado a 304 personas, aceptan que se sienten representados por los valores y principios que la UPSE promueve, por otro lado, el 13% correspondiente a 45 personas niegan sentirse representados por estos mismos.

Tabla 8. ¿Los elementos claves de la identidad cultural institucional (historia, valores, eventos) están bien integrados?

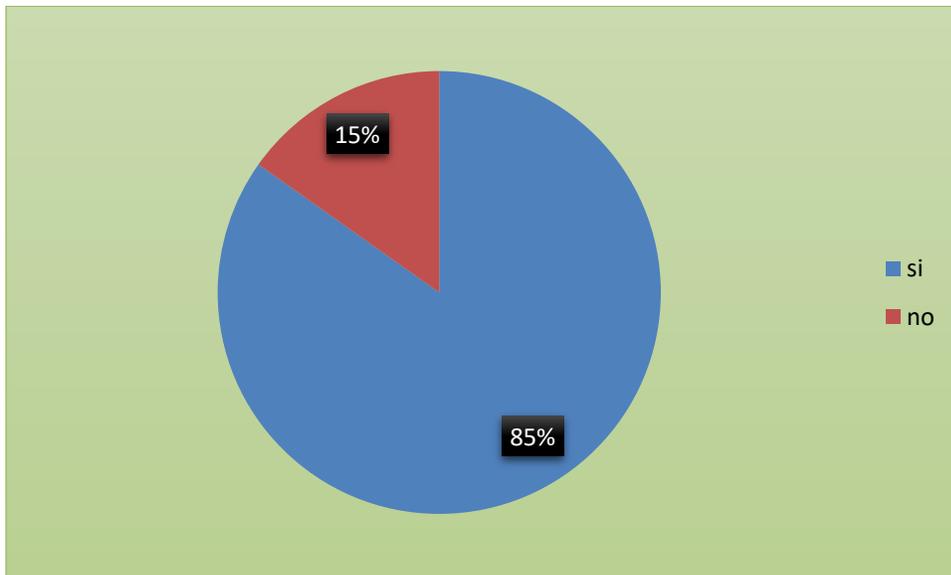


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

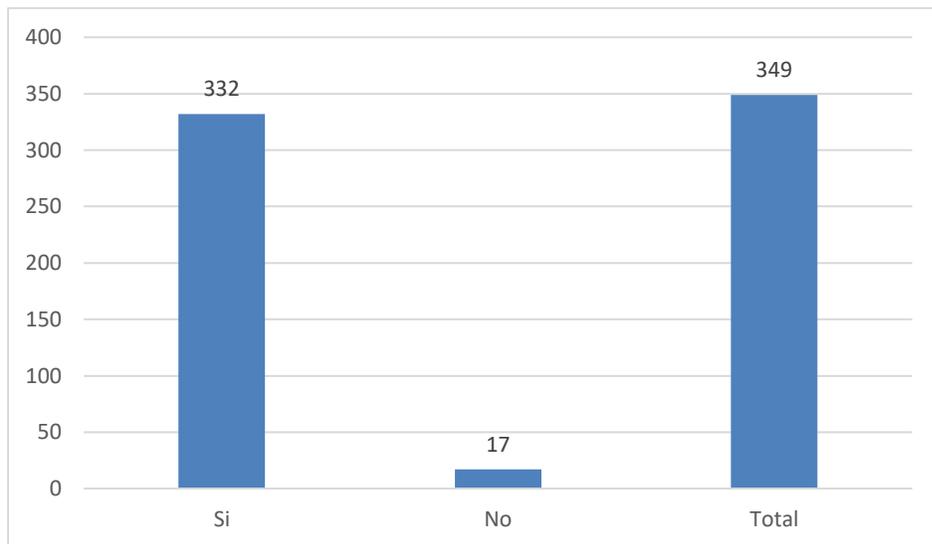
Figura 7.



Análisis e interpretación:

Un 85% semejante a 296 personas destacan que las historias, valores y eventos están bien integrados como elementos claves de la identidad cultural institucional, por lo tanto, el 15% pertenecientes a 53 personas, piensan lo contrario.

Tabla 9. ¿Considera que la Dirección de Comunicación Social debería colaborar con otras instituciones universitarias para ampliar la difusión de videos que promueven la aceptación de la identidad cultural en la UPSE?

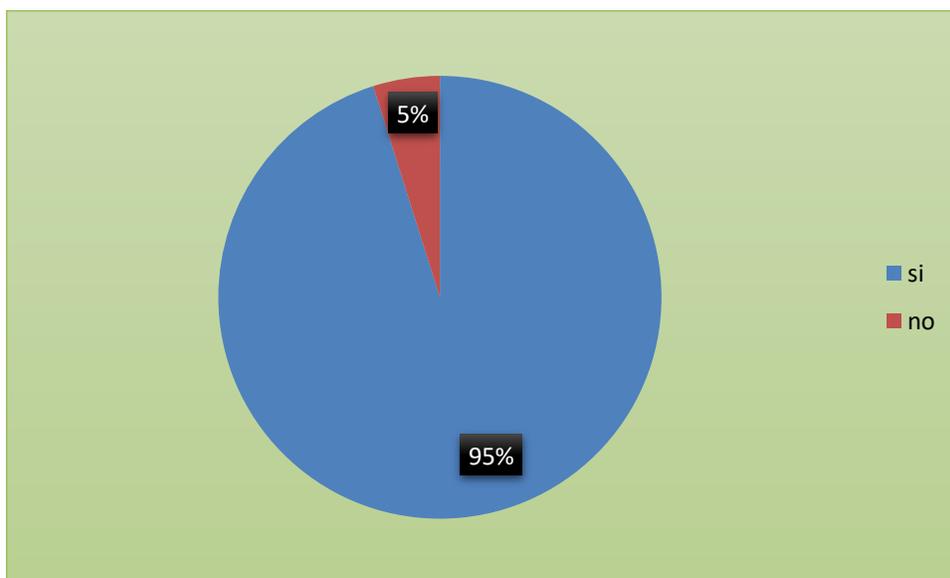


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

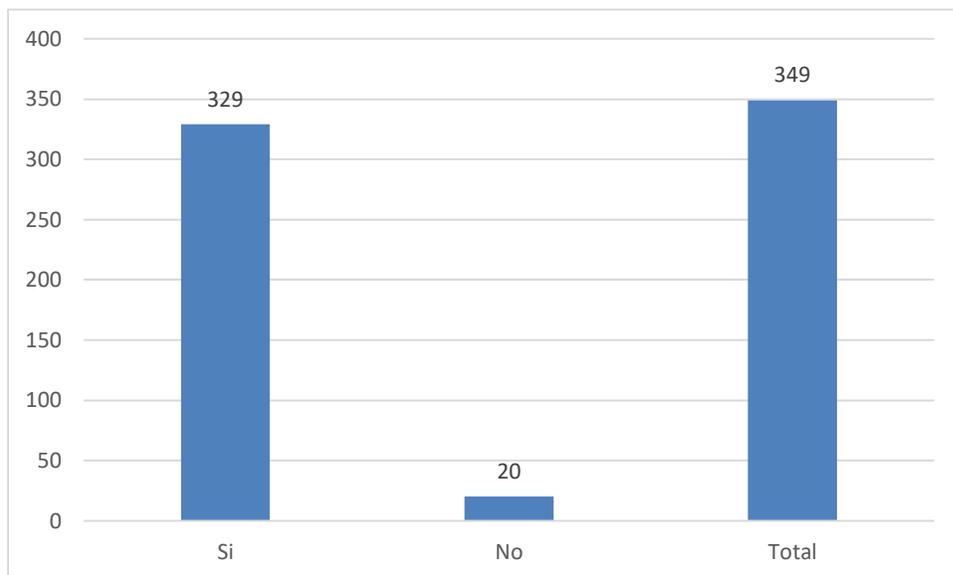
Figura 8.



Análisis e interpretación:

El 95% correspondiente a las 332 personas encuestadas, consideran que la Dirección de Comunicación Social debería colaborar con otras instituciones universitarias para ampliar la difusión de videos, sin embargo, el 5% equivalente a 17 personas, no está de acuerdo en que la Universidad colabore con otras instituciones para promover la aceptación de la identidad cultural.

Tabla 10. ¿Piensa que la institución debería adaptarse a los cambios culturales en la sociedad actual?

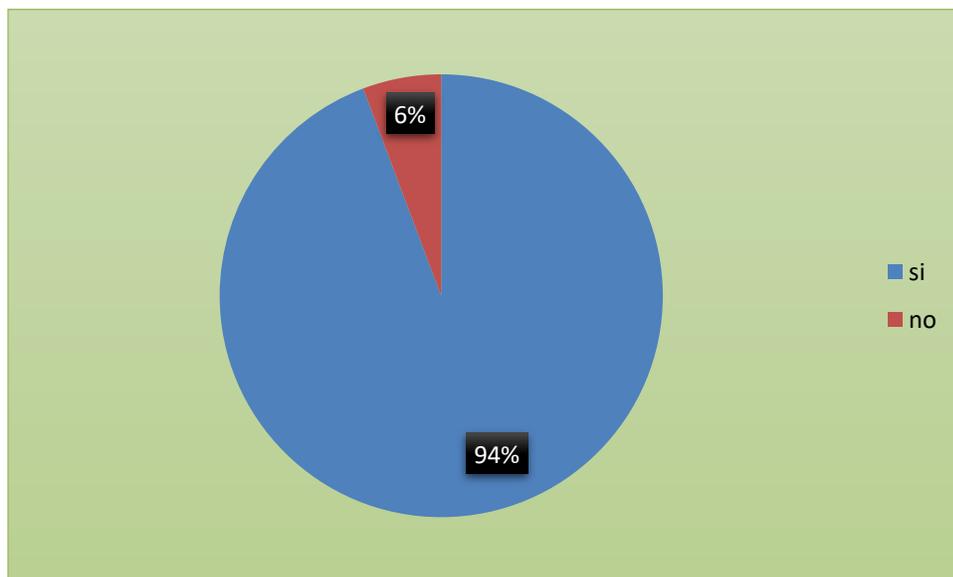


Fuente: Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

Figura 9.



Análisis e interpretación:

El 94% perteneciente a 329 personas piensan que la institución debería adaptarse a los cambios culturales en la sociedad actual, mientras que, el 6% correspondiente a 20 personas, no opinan lo mismo.

4.2. Análisis Cualitativo: Entrevista

A continuación, se explicará otra técnica situada en este estudio: la entrevista. Para dicha técnica se plantearon una serie de preguntas, teniendo en cuenta la estructura indicada por expertos. Para esto, las respuestas se analizarán desde un enfoque cualitativo. Se debe recalcar que la entrevista fue aplicada a 2 expertos en el área de comunicación Director De la Dirección de Comunicación Social Lic. Gonzalo Vera, Mgtr. y Directora de la Carrera de Comunicación Lic. Susana Molina. PHD.

Tabla 11. Análisis cualitativo: entrevista

Variables	Preguntas	Respuestas	Observación
Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural.	¿Cómo definiría la identidad cultural de la Universidad?	Los expertos destacan que la Universidad mantiene como parte esencial de su misión el respeto y promoción de la identidad cultural de la región, sin embargo, en sí esta no posee como tal un rasgo distintivo que refleje la identidad cultural de la institución.	Según (Cepeda Ortega, 2018), la identidad cultural se define como la suma de características mentales, físicas, intelectuales que caracterizan a una sociedad o grupo social. Hay muchas definiciones, pero en general todas coinciden en algo: la cultura da vida a los humanos (p253).
	¿Qué elementos considera usted que son fundamentales para la identidad cultural de la Universidad?	Ambas partes mantienen que dos elementos claves son la ubicación geográfica (Punta del Sur) y el logo de la Universidad, las cuales aportan a una posible construcción de la identidad cultural de forma institucional.	Existe una serie de elementos que constituyen la identidad visual. Como (Cucchiari, 2019), distinguió entre logotipos, símbolos, logosímbolo, colores corporativos y tipografía corporativa. Convencido que este es un elemento esencial en la gestión de imagen de una entidad (p.16).
	¿De qué manera la UPSE garantiza que su identidad cultural sea	Los entrevistados recalcaron que en sí la Universidad carece de	Para (Pérez Serrano & Sarrate Capdevila, 2013) defender la diversidad y la diferencia se reconoce

<p>inclusiva y representativa?</p>	<p>una identidad cultural sólida, por ende, esta ausencia repercute directamente en su capacidad para ser una institución inclusiva y representativa.</p>	<p>como un derecho para todos. Para hacer realidad estas premisas, es necesario combinar los siguientes aspectos: una educación que respeta la dignidad humana, una educación que combata todas las formas de exclusión y una educación que enseñe tolerancia y justicia (p 89).</p>
<p>¿Qué rol juegan los contenidos audiovisuales en la construcción y promoción de la identidad cultural de la Universidad?</p>	<p>Recalcan la importancia que tienen los contenidos audiovisuales, ya que actúan como medio para transmitir un mensaje institucional de identidad hacia un público externo, y de esta forma fortalecer el vínculo con la audiencia.</p>	<p>Según (García Aretio, 2022), el medio audiovisual, se ha prolongado como una herramienta clave dentro de la educación de forma definida. Al hacer uso de estas herramientas de manera adecuada mejoran elocuentemente las posibilidades de aprendizaje de quien está consumiendo el contenido audiovisual (p9).</p>
<p>¿De qué manera se involucra a los estudiantes, profesores y personal en la creación de contenidos audiovisuales?</p>	<p>En los diferentes proyectos académicos que realiza la Universidad se refleja esta participación, ya que por medio de esos contenidos se muestran diferentes perspectivas y conocimientos.</p>	<p>(Taborda Hernández, 2022) menciona que la producción de contenidos audiovisuales educativos, sobre todo en Universidades requieren un protocolo de síntesis, análisis, selección y organización de la información, con el objetivo de proporcionar al alumnado reglas que los guíen en un proceso de aprendizaje (p126).</p>
<p>¿Qué estrategias implementan para promover la identidad cultural entre los estudiantes de la</p>	<p>Los especializados destacan que, de por sí la UPSE no cuenta con una identidad cultural, pero se basan</p>	<p>(Castañeda Gonzales, 2022) concluye que los humanos se adaptan a los cambios del entorno a través de la</p>

<p>Universidad?</p>	<p>en fortalecer la identidad cultural de la provincia por medio de carreras (Gestión social, turismo y posiblemente comunicación) ya que estas están vinculadas a partes mediáticas, informativas y, sobre todo, trabajo comunitario.</p>	<p>imaginación y la recursividad, desarrollando así estrategias de comunicación y revitalización cultural. Reconoce que las sociedades enfrentan barreras estructurales en la esfera cultural, pero logran superarlas utilizando recursos de calidad a pesar de la falta de recurso de materiales</p>
<p>¿Qué programas o eventos se organizan para celebrar y fortalecer la identidad cultural dentro del campo universitario?</p>	<p>En conjunto enfatizan que existen varios eventos dentro de la Universidad, uno de los más conocidos es la mesa del día difuntos, seguido por danza, canto, pintura, entre otros programas que reflejan las diferentes culturas de la provincia.</p>	<p>(Melo Sea, 2020) indica que, la identidad se puede expresar de diversas formas, entre ellos las fiestas, los rituales, ceremonias, procesiones, danza y comida. La organización de las Naciones para la Educación (UNESCO) las ha estudiado como patrimonio cultural intangible (p 953).</p>

Fuente: Expertos en el área de comunicación Director De la Dirección de Comunicación Social Lic. Gonzalo Vera, Mgtr. y Directora de la Carrera de Comunicación Lic. Susana Molina. PHD.

Elaboración: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

4.3. Análisis cualitativo: Ficha de observación

En este apartado, se procederá a describir la primera técnica de la observación, aplicando una ficha de análisis de contenido como instrumento de recopilación de datos utilizada en el presente proyecto de investigación.

Tabla 12. Análisis cualitativo: ficha de observación

Periodo Observado			Fecha: 06/06/2024 - 09/06/2024	
Ítems	Si	No	Cantidad	Observaciones
Difusión de contenido cultural				
Redes sociales (Facebook - Instagram)	X		8	Son contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Pantalla digital	X		1	Se limita únicamente en las ofertas de postgrado y se pierde la oportunidad de destacar otros aspectos importantes de la universidad.
Páginas web	X		13	En la página web de la UPSE no se visualizó contenidos de identidad cultural, solo contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Medios radiales	x		3	Se enfoca más en contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Narrativa audiovisual				
Claridad en el contenido audiovisual de la identidad cultural en la plataforma de Facebook	X		9	Los mensajes principales de entender, además la narrativa es coherente y sigue una narrativa lógica.
Estilo visual y estético	X	X	9	Las tomas de los productos audiovisuales están bien compuestas, con un enfoque claro y el diseño visual es consistente.
Creatividad en los productos audiovisuales de identidad cultural	X	X	9	No se incorporan muchos efectos especiales, pero mantienen el interés en las personas que lo visualizan.
Identidad cultural				
Valores institucionales (respeto, responsabilidad, inclusión)	x		7	Se realizaron eventos de inclusión con la universidad (Firma de convenio MIES, colaboración con el Instituto Naval, jornadas de atletismo, programa de movilidad estudiantil presencial internacional, curso presencial English For Kids, entrega de uniformes y la premiación de concurso del Día Mundial del océano con la participación de los estudiantes, el GADM de Salinas y el World Ocean Day.

Participación activa	x		5	La UPSE realizó una ceremonia de firma de convenio de cooperación interinstitucional con el MIES, en la cual participaron los estudiantes de diferentes carreras, colaboración con el Instituto Naval, jornadas de atletismo, entrega de uniformes y la premiación de concurso del Día Mundial del océano con la participación de los estudiantes, el GADM de Salinas y el World Ocean Day.
Representación cultural	x		1	Se visualizó contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución, entrega anual de uniformes, al personal de servicios generales para una mejor representación de la imagen para la institución.

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

Periodo Observado			Fecha: 10/06/2024 - 16/06/2024	
Ítems	Si	No	Cantidad	Observaciones
Difusión de contenido cultural				
Redes sociales (Facebook - Instagram)	X		15	Son contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Pantalla digital	X		1	Se limita únicamente en las ofertas de postgrado y se pierde la oportunidad de destacar otros aspectos importantes de la universidad.
Páginas web	X		13	En la página web de la UPSE no se visualizó contenidos de identidad cultural, solo contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Medios radiales	X		3	Se enfoca más en contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución.
Narrativa audiovisual				
Claridad en el contenido audiovisual de la identidad cultural en la plataforma de Facebook	X		5	En algunos videos el uso de términos de forma técnica puede llegar a dificultar la comprensión para los espectadores.
Estilo visual y estético	X		5	Se puede llegar a mejorar la iluminación para evitar sombras no deseadas.
Creatividad en los productos audiovisuales de identidad cultural	x		5	Los contenidos audiovisuales podrían ser más dinámicos, y así captar la atención de la audiencia.

Identidad cultural				
Valores institucionales (respeto, responsabilidad, inclusión)	x		8	Se visualizó contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución, en donde se realiza la inclusión y participación masiva de los estudiantes de diferentes carreras y la participación de la universidad junto con empresas e instituciones de acuícola.
Participación activa	x		8	Participación de estudiantes en integraciones, conferencias, charlas educativas y programas de formación para educadores.
Representación cultural	x		2	Existe contenidos relacionados al fortalecimiento de la institución, participación masiva de los estudiantes de la carrera de enfermería y la ceremonia de graduación de postgrado.

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

Periodo Observado			Fecha: 17/06/2024- 23/06/2024	
Ítems	Si	No	Cantidad	Observaciones
Difusión de contenido cultural				
Redes sociales (Facebook - Instagram)	x		2	Se visualizaron contenidos que hablaban acerca de eventos del Inti Raymi (misma que se repite en ambas plataformas), identidad y derechos colectivos.
Pantalla digital	x		1	Se limita únicamente en las ofertas de postgrado y se pierde la oportunidad de destacar otros aspectos importantes de la universidad.
Páginas web	X		13	En la página web de la UPSE no se visualizó contenidos de identidad cultural (institucional)
Medios radiales	X		1	En este apartado se pudo evidenciar una charla acerca del Inty Raymi (Solsticio), en compañía de expertos en el tema.
Narrativa audiovisual				
Claridad en el contenido audiovisual de la identidad cultural en la plataforma de Facebook	x		1	El contenido informó de manera clara sobre la labor de los estudiantes de la carrera de Derecho al fortalecer el tema de la identidad y derechos colectivos que tienen las 70 comunidades de la Provincia de Santa Elena.
Estilo visual y estético	x		1	La calidad del vídeo, mantiene una resolución proporcionada y

				las tomas mantienen equilibrio y simetría.
Creatividad en los productos audiovisuales de identidad cultural	x		1	La creatividad de los contenidos puede ser mejorada, con respecto a originalidad y dinamismo para captar la atención del público.
Identidad cultural				
Valores institucionales (respeto, responsabilidad, inclusión)	x		6	Se publicaron contenidos de inclusión en eventos deportivos, jornada académica organizada por la carrera de Gestión social: "Solsticio de junio", ECOFEST para promover el reciclaje electrónico, jornada deportiva de Ciencias del mar, acuerdo de estrategias institucionales y una ejecución de proyectos de vinculación.
Participación activa	x		6	Se dio la participación directa por parte de los estudiantes de las carreras de Gestión social, Ciencias del mar y Derecho, en sus actividades. También intervinieron en estas participaciones autoridades de la UG y UPSE.
Representación cultural	x		1	Solo se destacó la "Jornada académica Solsticio de junio", organizada por la carrera de Gestión Social y desarrollo.

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Bazán Peña Génesis Anabhy y Marshall Asencio Evelyn Leonela

Fecha: junio 2024

5. DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados de la encuesta

Por medio de los resultados de esta investigación, se llegó a la conclusión que, la UPSE ha cumplido con difundir contenido cultural que los represente como institución y esto fue evidenciado por un 21% de los encuestados, quienes manifestaron que estos contenidos son visualizados por medio de las redes sociales, ya que estas tienen más accesibilidad para los individuos, con un 92% de aceptación.

Por ello (Andión, 2004) indica que, dentro de la elaboración de contenidos, no solo es importante su producción, sino también la difusión del mismo, dado que este aspecto trae consigo un progreso y desarrollo creciente de conocimiento, agregando tecnología e innovación, que permite a las universidades dominar un mejor posicionamiento aprovechando el poder de los medios masivos (p.101).

Se deduce que, la Universidad debe seguir acoplándose a los cambios tecnológicos que se dan en su entorno, y que los contenidos audiovisuales elaborados en base a la identidad cultural no solo deben tener una buena producción, sino también deben ser difundidos al máximo, debido a que el público está más inmerso en las plataformas digitales, por eso es importante aprovechar las oportunidades de reconocimiento que brindan estas herramientas para establecer la identidad de la UPSE.

Dentro de este mismo contexto podemos hacer referencia a los caracteres que aportan al reconocimiento de una identidad cultural institucional, porque mediante ellos los organismos que forman parte de la UPSE se sienten identificados.

Citamos a (Chacaltana y otros, 2021) quienes señalan lo siguiente, al hablar de identidad cultural u organizacional se hace referencia al conjunto de atributos con los cuales la institución se identifica, dichos atributos como son la visión y misión institucional, símbolos, valores institucionales asumidos, historia y filosofía de trabajo lo particularizan y lo diferencian de otras instituciones (p.318).

Con la información recopilada en las encuestas se pudo inducir que, la UPSE cumple con estos aspectos primordiales que deben ser reconocidos o aplicados para la construcción de su identidad cultural institucional, ya que el 85% de los encuestados consideran que la institución asemeja y contempla estos atributos dentro de los parámetros requeridos que pueden diferenciar a la Universidad de otras.

5.2.Discusión de resultados de la entrevista

Los expertos mencionaron que como tal la universidad no tiene una identidad cultural de forma institucional, pero recalcaron que dos elementos claves son la ubicación geográfica por estar situado en la punta del Sur y por consiguiente el logo de la Universidad.

Como (Cucchiari, 2019), distinguió entre logotipos, símbolos, logosímbolo, colores corporativos y tipografía corporativa. Convencido que este es un elemento esencial en la gestión de imagen de una entidad (p.16). En conclusión, se puede inferir que la Universidad comprende estos elementos como parte de una identidad institucional, en el cual los difunden de manera adecuada.

Por otro lado, se comprobó que los contenidos audiovisuales también cumplen un papel significativo en la transmisión de la identidad cultural de la UPSE, no obstante, es importante recordar que la Universidad no solo promueve una identidad institucional, sino también la de la provincia, por medio de actividades, programas, eventos, etc., para ello hacen uso de las redes sociales apropiables de la institución y comparten videos referentes a las acciones mencionadas.

Según (García Aretio, 2022), el medio audiovisual, se ha prolongado como una herramienta clave dentro de la educación de forma definida. Al hacer uso de estas herramientas de manera adecuada mejoran elocuentemente las posibilidades de aprendizaje de quien está consumiendo el contenido audiovisual (p9).

La Universidad tiene como opción principal usar los instrumentos audiovisuales para construir y promover la identidad cultural institucional, dado que estos materiales brindan la facilidad de captación y aprendizaje de las personas que lo consumen, de esta forma entenderían y estarían al tanto de la verdadera identidad cultural de la UPSE.

5.3. Discusión de resultados de la ficha de observación

Se debe comprender que es una necesidad importante el poseer una identidad cultural institucional, porque de esta forma se crea un sentido de pertenencia entre estudiantes, docentes, y demás personal de la institución, así mismo pueden sentirse parte de ella, reflejándose en sus principios y valores que esta ofrece.

Para esto (Jiménez y otros, 2021), manifiestan que la identidad institucional representa la índole y juicio de una organización, y por medio de estas características el público interno o externo puede evaluar el comportamiento de esta misma.

Esto enfatiza que la UPSE debe fortalecer su identidad cultural institucional, al ejecutar esta acción no solo demuestra que la entidad está bien gestionada, sino también mejora el prestigio, destacando como la institución valora la diversidad e inclusión de su comunidad universitaria.

La composición de cómo se construyen y transmiten significados es fundamental para analizar y apreciar obras cinematográficas, programas de televisión u otros medios visuales.

(Ordóñez, 2018) Indica que, la estructura narrativa puede ser: lineal simple (cronológico), lineal intercalada (inserción de secuencias fuera de la realidad de la historia), in media res (dos o más líneas narrativas), de inversión temporal (flashbacks o flashforwards), contrapunto (confluencia de varias historias).

Los contenidos audiovisuales cumplen un papel significativo en la transmisión de la identidad cultural de la UPSE, para ello hacen uso de las redes sociales apropiables de la institución y comparten videos referentes a las acciones mencionadas.

Cada una de estas estructuras ofrece diferentes oportunidades y desafíos. Una narrativa lineal simple proporciona claridad y facilidad de seguimiento, mientras que una narrativa "in media res" puede captar rápidamente la atención del lector al empezar en medio de la acción. Por otro lado, estructuras más complejas como la paralela o la de contrapunto permiten explorar múltiples perspectivas y desarrollar tramas complicadas que puedan enriquecer la experiencia del espectador. En última instancia, la elección de la estructura narrativa adecuada puede transformar una historia sencilla en una obra maestra intrigante y envolvente

6. CONCLUSIONES

- La implementación de narrativas audiovisuales, actúa como una estrategia efectiva para promover la diversidad cultural, fomentar el orgullo institucional y fortalecer las conexiones entre la comunidad universitaria y su entorno.
- Los productos audiovisuales siguen una estructura de narrativa lineal simple, dado que, sus videos comienzan en un punto inicial y progresa de manera continua; se desarrollan en secuencia lógica, coherente y no existen interrupciones con flashbacks o flashforwards.
- Los aspectos fundamentales se comprenden en principios, valores, misión, visión y otros elementos esenciales con los que cuenta la Universidad para la creación de una identidad cultural. Es primordial que la Dirección de Comunicación Social fomente y promueva la comunicación, en la cual se vea reflejada como quiere ser reconocida la Universidad.
- Al categorizar las diferentes estrategias de comunicación para reforzar la identidad cultural involucra reconocer la capacidad de esta para fortalecer los valores, principios, tradiciones y símbolos que forman parte esencial de una entidad.
- Como conclusión, los instrumentos aplicados en este proyecto fueron encuesta, entrevistas y ficha de observación. Como primera técnica aplicada se realizó la encuesta con una muestra de 349 personas pertenecientes a la facultad de Ciencias Sociales y de la Salud, para la obtención de datos mediante un formulario elaborado en Google Forms, para contrastar la información se establecieron entrevistas a dos expertos en el tema. Por último, se empleó una ficha de observación para realizar un debido seguimiento a las plataformas de la Universidad y así recolectar información relevante.

7. RECOMENDACIONES

- Es preciso que la Universidad invierta en la capacitación del personal encargado de la producción audiovisual y en la implementación de equipos adecuados, de esta manera garantizar que los productos audiovisuales cumplan con las expectativas.
- Se debe experimentar con diferentes estructuras narrativas: lineal simple, intercalada, in media res, de inversión temporal y contrapunto; para fomentar la creatividad e innovación en la comunicación. Esto no solo atrae la atención, sino también, posicionar a la universidad como una institución dinámica y moderna. Permitiendo una representación efectiva de la identidad cultural de la Universidad.
- Para la creación de una identidad cultural en la Universidad se debe establecer una estrategia integral, en donde se tomen en cuenta coordinación, flexibilidad, sostenibilidad y evaluación de la estrategia implementada; de esta forma lograr el objetivo deseado, que es el de construir y dar a conocer la identidad cultural de la institución.
- La universidad debe implementar una estrategia de comunicación efectiva, que es el desarrollo de imagen consistente, la cual asegura que la imagen de la universidad sea sólida en todos los canales; esto incluye el uso uniforme de logotipos, colores y mensajes que reflejen la identidad cultural de la UPSE. De esta forma garantizar que los valores y la visión de la universidad sean claros y estén presentes en todas las comunicaciones y actividades.
- En resumen, los instrumentos utilizados en este proyecto de investigación como la encuesta, la entrevista y ficha de observación, han proporcionado una perspectiva amplia sobre el tema estudiado, fortaleciendo la validez y profundidad de nuestros resultados finales.

8. REFERENCIAS

- Crespo Asqui, J. D., Diaz Quichimbo, D. M., & Toapanta Viracocha, K. M. (junio de 2022). Impacto de la identidad cultural en la formación de los estudiantes de profesionalización. *Revista CPI Ciencias Pedagógicas e Innovación, Volumen 10 N° 1*, 85-94. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.26423/rcpi.v10i1.573>
- Cucchiar, C. F. (2019). *IDENTIDAD CORPORATIVA: Planificación estratégica generadora*. UNCUYO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO.
- Ocampo Mallou, C., Delvitto, A., & Di Pasquo, F. (29 de junio de 2022). Discusiones sobre el concepto de población humana en la investigación epidemiológica del dengue en Argentina. *Revista colombiana de filosofía de la ciencia*, 22(44), pp. 169-211. <https://doi.org/https://doi.org/10.18270/rcfc.v22i44.3486>
- Valdez Zepeda, A., Huerta Franco, D. A., & Flores Zepeda, M. (2019). La Construcción de identidad universitaria: propuesta de una metodología para las Instituciones de Educación Superior. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación científica*, 3(31). <https://www.redalyc.org/journal/5732/573263330007/html/#:~:text=La%20identidad%20universitaria%20puede%20ser%20conceptualizada%20como%20>
- Aguado. (Julio01 de 2018). El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. *e-Ciencias de la información*, 20. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v8n2/1659-4142-eci-8-02-102.pdf>
- Aguilar Ventura, F. Y. (2024). *LA NARRATIVA AUDIOVISUAL EN PERSONAJES*. Chiclayo. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/13489/aguilard_vfy.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Albayero, M. S., Tejada Hernández, M., & De Jesús Cerritos, J. (2020). Una aproximación teórica para la aplicación de la metodología del enfoque mixto en la investigación en enfermería. *Revista Entorno*(69).
<https://doi.org/https://doi.org/10.5377/entorno.v0i69.9562>
- Andión, M. (2004). La difusión como principio articulador de la Universidad nodo. *Redalyc*.
<https://www.redalyc.org/pdf/340/34003913.pdf>
- Aravena, & Ramírez. (2020). *APROXIMACIÓN AL MULTICULTURALISMO DESDE LAS REALIDADES MULTIÉTNICAS LATINOAMERICANAS Y COLOMBIANAS*.
<https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/oratores/article/view/366/760>
- Arias-Gomez J, Villasis, k. M., & Novales, M. M. (2016). *El protocolo de investigacion III: la poblacion de estudio*. Rev Alerg Mexico. <https://doi.org/10.29262/ram.v63i2.181>.
- Bracho, Bowles, & Gintis. (1990). Capital cultural: impacto en el rezago educativo. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México)*, 34.
https://cee.edu.mx/rlee/revista/r1981_1990/r_texto/t_1990_2_02.pdf
- Bula, O. (junio de 2024). Globalización, desigualdad e injusticia social: implicaciones para la educación. *Revista Innovaciones Educativas*, 26(40).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22458/ie.v26i40.4770>
- Carlos David Molina Guerrero, & Cristina Satyavati Naranjo Delgado. (2023). *ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL DE TRES VERSIONES DE BLANCANIEVES ENVUELTAS EN PROCESOS DE ADAPTACIÓN*. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, Quito.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/24487/1/TTQ1091.pdf>
- Castañeda Gonzales, K. L. (2022). *Comunicación en el fortalecimiento de la identidad cultural: configuración de relaciones y significados*. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2757

- Castañeda, K. (28 de julio de 2022). Comunicación en el fortalecimiento de la identidad cultural: configuración de relaciones y significados. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 6(4), 2302. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2757
- CASTELLI, G. (2021). Las narrativas audiovisuales, un desafío renovado. <https://doi.org/http://doi.org.10.18861/ic.2021.16.1.3106>
- Cepeda Ortega, J. (2018). *UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL A PARTIR DE EXPERIENCIAS: EL PATRIMONIO Y LA EDUCACION*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>
- Chacaltana, R., Flore, L., & Gómez, S. (2021). La identidad institucional docente en educación superior: Una revisión sistemática. *IGOVERNANZA*, 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.47865/igob.vol4.2021.140>
- Choza. (22 de 03 de 2013). *Revistas Unisimon*. Revistas Unisimon: <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/educacion/article/view/2194/2086>
- Costa , Guo, Kim, Rubin, Gértrudix, Rajas , & Álvarez. (2017). *Tendencias contemporáneas en Narrativa Audiovisual: estudio de caso Seenfire*. Quito: USFQ. <https://doi.org/https://doi.org/10.18272/pd.v2i0.1340>
- Costa, C. (2014). *Storytelling y audiovisualización de la comunicación corporativa*. https://www.researchgate.net/publication/301215458_Storytelling_y_audiovisualizacion_de_la_comunicacion_corporativa
- Crespo Asqui, J., Diaz Quichimbo, D., y Toapanta V. (2022). *Impacto de la Identidad cultural en la formacion de los estudiantes de profesionalización* . <https://incyt.upse.edu.ec/pedagogia/revistas/index.php/rcpi/article/view/573/560>
- Cristiana Freitas, & Cosette Castro. (s.f.). *NARRATIVAS AUDIOVISUALES Y TECNOLOGÍAS INTERACTIVAS* . file:///C:/Users/Rodolfo/Downloads/Dialnet-NarrativasAudiovisualesYTecnologiasInteractivas-3739970%20(1).pdf

- Daniel NaichapiTivi, & Limber Wilson NaichapiTivi. (2013). *PÉRDIDA DE LA IDENTIDAD CULTURAL SHUAR*. Cuenca.
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20162/1/TESIS.pdf>
- Defaz, & Farías. (2024). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL CANTON MONTALVO A TRAVES DE NARRATIVAS AUDIOVISUALES DE CORTA DURACION*. UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA, GUAYAQUIL.
<file:///C:/Users/Rodolfo/Downloads/UPS-GT004936.pdf>
- Defaz, & Farias. (2024). *FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL DEL CANTON MONTALVO A TRAVES DE NARRATIVAS AUDIOVISUALES DE CORTA DUACION*. UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA, GUAYAQUIL.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/27117/1/UPS-GT004936.pdf>
- Duarte, V., & Contreras, O. (2014). *Scielo*. Retrieved 2024, from Scielo:
<https://www.scielo.cl/pdf/revista180/n46/0718-669X-revista180-46-2.pdf>
- ESPINOZA, E. R. (2022). *PLATAFORMAS TRANSMEDIALES: UNA REVISIÓN DE LAS NUEVAS NARRATIVAS DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN LA RED SOCIAL TIK TOK DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UPSE*. . <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/6994/1/UPSE-TCO-2022-0033.pdf>
- EVE. (2020). *we are content*. Retrieved 2024, from we are content:
<https://www.wearecontent.com/blog/comunicacion-audiovisual/impacto-visual>
- Falcón, V. L., Perlite, V. C., & Ponce, B. E. (2019). *La encuesta como instrumento de recolección de datos sociales: Resultados diagnostico para la intervención en el Barrio Paloma de la Paz (La Olla) - ciudad de Corrientes (2017-2018)*.
https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.13544/ev.13544.pdf
- García Aretio, L. (2022). *Radio, televisión, audio y vídeo en educación. Funciones y*

posibilidades, potenciadas por el COVID-19.

<https://doi.org/https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31468>

García, L., Vigoa, Y., Álvarez, D., & Quijije, H. (2021). *UNA MIRADA A LA INCLUSIÓN COMO OPORTUNIDAD DE DESARROLLO.*

<file:///C:/Users/Rodolfo/Downloads/611-Texto%20del%20art%C3%ADculo-1838-1-10-20211026.pdf>

Gombrich, H. E. (Diciembre de 2002). La estética, el arte y el lenguaje visual. 5. scholar google: <file:///C:/Users/User/Desktop/9/7mo/estetica%20visual/Dialnet-LaEsteticaElArteYElLenguajeVisual-2915897.pdf>

Guerrero, C. D. (2023). *ANÁLISIS DE LA NARRATIVA AUDIOVISUAL DE TRES VERSIONES DE BLANCANIEVES ENVUELTAS EN PROCESOS DE ADAPTACIÓN CULTURAL.* UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA, QUITO.

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (01 de julio de 2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 163-173.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Gutiérrez, J. S. (2018). Las distintas concepciones del espacio en la teoría de la narración audiovisual. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación.*

<https://doi.org/https://doi.org/10.5209/CIYC.60688>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación.*

https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf

Hugo Campos-Winter . (2018). *Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto.* Universidad Austral de Chile .

<https://doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>

JESÚS CEPEDA ORTEGA. (2018). *UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE IDENTIDAD CULTURAL A PARTIR DE EXPERIENCIAS: EL*

<https://doi.org/https://doi.org/10.24197/trp.31.2018.244-262>

Jiménez, J. (2023). Globalización económica y del derecho constitucional. *FORO Revista de Derecho*(40). <https://doi.org/https://doi.org/10.32719/26312484.2023.40.5>

Jiménez, K., Sánchez, S., & Rodríguez, J. (2021). Incidencia de la comunicación interna en la identidad institucional del docente de la Universidad Politécnica Salesiana. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*. <https://doi.org/>

<https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n63a5>

Jorge Hechavarría, Rafael, Piclín Minot, & C Jesús. (2010). *El desarrollo de la identidad cultural mediante el estudio del patrimonio histórico y su*. Guantánamo, Cuba:

EduSol. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=475748672008>

Kuper, A. (2001). Bogota, Colombia : Revista Opera.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

L, M., & Olga Lucia . (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Bogota, Colombia : Revista Opera. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67500705>

León, B., Vélez, G., Reyes, B., & Arévalo, V. (2022). La usabilidad de los medios de Comunicación en la provincia de Santa Elena en tiempo de COVID-19.

REICOMUNICAR, 5(9). <https://doi.org/https://doi.org/10.46296/rc.v5i9.0041>

Lindao, J., & Tusa, F. (2018). Tendencias contemporáneas narrativa audiovisual: estudio de caso Seenfire. <https://revistas.usfq.edu.ec/index.php/perdebate/article/view/1340/1306>

Marcela Angelina Aravena Domich, & María del Socorro Ramírez Giraldo. (2020).

APROXIMACIÓN AL MULTICULTURALISMO DESDE LAS REALIDADES MULTIÉTNICAS LATINOAMERICANAS Y COLOMBIANAS.

<https://revistas.umecit.edu.pa/index.php/oratores/article/view/366/760>

María Victoria Flores. (2016). *LA GLOBALIZACIÓN COMO FENÓMENO POLÍTICO, ECONÓMICO Y SOCIAL*.

https://www.redalyc.org/pdf/709/70946593002.pdf?fbclid=IwAR2KWPKzuubeCs6048YJzywMOL7s2aaSOzGG9oaEO9_Prsp8MY2XHC377hA_aem_AVU9xsPKvmg1T0Dn88ho-bqr-2En_NrCU86-

0J9q5xRBh_sd0teRrppdYWrFjXrrpz_KtnAxY17LwscvUBgpQPhB

Martinez, C. (2018). <https://www.studocu.com/co/document/universidad-metropolitana-colombia/derecho-ciencias/investigacion-descriptiva/23364893>

Mayden Solano Jiménez. (2014). *Apuntes sobre globalización: aspectos culturales, tecnológicos y económicos*.

<https://publicacionesfac.com/index.php/cienciaypoderaereo/article/view/143/256?fbclid=IwAR14Q->

ocDqHX5P42yd3qGW3g79NgQoWko80mDPSz2y7BwzSEKFbsu0s8nR8_aem_AVXk-IQS014VtJZi81C7eWgM8emKE0Nc729mYR8sW-

IwUB9UsXGk8qI9l68F5V4fofd1cxWOFGrdqSg6dIoJmpDP

Melo Sea, D. (2020). *PÉRDIDA DE IDENTIDAD CULTURAL: UN RETROCESO PARA LAS COMUNIDADES INDÍGENAS Y, POR ENDE, PARA EL TURISMO*.

<https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf>

Melo, D. (2020). *PÉRDIDA DE IDENTIDAD CULTURAL: UN RETROCESO PARA LAS*

COMUNIDADES INDÍGENAS Y, POR ENDE, PARA EL TURISMO. Universidad

Autónoma de San Luis Potosí, Unidad Académica Multidisciplinaria Zona Huasteca,

Valles, San Luis Potosí, México. [https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-](https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf)

[empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf](https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf)

- Mirzoef. (1 de Julio de 2018). El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de a Información y Bibliotecología. *e-Ciencias de la informacion*, 20. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v8n2/1659-4142-eci-8-02-102.pdf>
- Molano L., O. L. (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Universidad Externado de Colombia. Bogota, Colombia : Revista Opera. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Morán, E. (2022). *PLATAFORMAS TRANSMEDIALES: UNA REVISIÓN DE LAS NUEVAS NARRATIVAS DEL CONSUMO AUDIOVISUAL EN LA RED SOCIAL TIK TOK DE LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UPSE. UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA .* <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7283-6922>
- Muntane Relat, J. (2010). *Introduccion a la Investigacion Basica . RAPD ONLINE VOL.33.* <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKewjcnafiO2CAxVPfTABHV2nCXoQFnoECBIQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.sapd.es%2Frapd%2F2010%2F33%2F3%2F03%2Fpdf&usg=AOvVaw3j5srDx0IVYO-VUnsRtILN&opi=89978449>
- Ochoa Pachas, J., & Yunnkor Romero, Y. (20 de febrero de 2021). El estudio descriptivo en la investigación científica. 2(2). <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. <http://ebookcentral.proquest.com/lib/ulaicavrsp/detail.action?docID=3175873>.
- Ordóñez, G. (28 de mayo de 2018). Narrativa y narración en el relato audiovisual. *URU Revista de comunicación y cultura*. <https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/view/26312514.2018.1.6>

Orlando Cedeño Almaguer, Carlos Córdova Martínez, & Julia Elena Cedeño Cruz. (2016).

LA INTEGRACIÓN DE LA MULTICULTURALIDAD A LA FORMACIÓN INICIAL DEL PROFESIONAL DE TURISMO.

https://revistas.ult.edu.cu/index.php/didascalía/article/view/551/550?fbclid=IwAR2KWPKzuubeCs6048YJzywMOL7s2aaSOzGG9oaEO9_Prsp8MY2XHC377hA_aem_AVU9xsPKvmg1T0Dn88ho-bqr-2En_NrCU86-0J9q5xRBh_sd0teRrppdYWrFJXrrpz_KtnAxY17LwscvUBgpQPhB

ORTIZ, M. J. (2021). *NARRATIVA AUDIOVISUAL APLICADA A LA PUBLICIDAD.*

Departamento de Comunicación y Psicología Social.

https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/108708/6/Manual_NAAP_2021.pdf

Otzen, Tamara, Manterola, & Carlos. (2017). *International Journal of Morphology.*

<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Pereira Pérez Zulay. (2011). *Los diseños de método mixto en la investigación en educación:*

Una experiencia concreta.

https://www.redalyc.org/pdf/1941/194118804003.pdf?fbclid=IwAR2qyFrwLsmHMEgHv4Ac_nXBogasczL75iyFgu1iD337Z566k-kyB0VVWc_aem_AVXOr2oB2dRIHtykmjmyfsEe002_onne4tDQ7FMrLt3LhDWIpZCm72tWuy0sw2Ihx8s6st4F1z0CoUVfJ8EAViqm

Pérez Serrano, G., & Sarrate Capdevila, M. L. (2013). *DIVERSIDAD CULTURAL Y*

CIUDADANÍA. HACIA UNA EDUCACIÓN SUPERIOR INCLUSIVA. Universidad

Nacional de Educación a Distancia Madrid, España. Redalyc.

<https://doi.org/10.5944/educXXI.16.1.718>

Ramos, C. (2021). *DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN.*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7890336>

Sánchez, N. (2021). *Youtubers ecuatorianos: El uso del lenguaje y su vínculo con la*

narrativa audiovisual en torno a tópicos informativos. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil.

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16952/4/T-UCSG-PRE-FIL-CSS-292.pdf>

Sanchez. (2019). *we are content*. Retrieved 2024, from we are content:

<https://www.wearecontent.com/blog/comunicacion-audiovisual/impacto-visual>

Sierra Caballero, F. (2019). *La entrevista en profundidad. Función, sentido y técnica*.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/98760/ArteyOficiodelaInvestigacinCientifica-Final-301-379.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Suárez, F., Sanromán, J., & Galindo, F. (30 de 12 de 2020). *LA ESTÉTICA DEL ERROR EN EL DISEÑO GRÁFICO CONTEMPORÁNEO: CONEXIONES ENTRE EL GLITCH, LA CULTURA POSDIGITAL Y EL NEW UGLY*. Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, España.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32995/>

Taborda Hernández, E. (2022). *CONTENIDOS AUDIOVISUALES EDUCATIVOS Y MÉTODOS DE INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33732/ixc/12/02Conten>

Tacuri, V. (2023). *VALORES DE LA IDENTIDAD CULTURAL EN LA ESCUELA*.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI EXTENSIÓN PUJILÍ, PUJILÍ.

<https://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/9872/1/PP-000193.pdf>

Toro Bravo, J. P., Guerrero Troya, N. M., & Pérez Heredia, G. V. (2024). *Producciones audiovisuales y medios locales. Contribuyendo al desarrollo de la interculturalidad*.

<https://doi.org/www.doi.org/10.37785/nw.v8n1.a14>

UNESCO. (2021). *Políticas de educación inclusiva*.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379487#:~:text=La%20educaci%C3%B3n%20inclusiva%20se%20define,que%20es%20necesario%20definir%20pol%C3%A>

Dticas

Valeriano Durán Manso, María Victoria Carrillo Durán, & Javier Trabadela Robles. (2021).

Tendencias en el estado del arte de las narrativas audiovisuales móviles en el siglo XXI: revisión sistemática de la literatura. Universidad de Sevilla, Facultad de Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sevilla, Andalucía, España. <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.29457>

Vélez, M., San Andrés, E., & Pazmiño, M. (2020). Inclusión y su importancia en las. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(9).

<https://doi.org/https://doi.org/10.35381/r.k.v5i9.554>

Víctor Soto Martínez. (2021). *Conceptos de plurinacionalidad e interculturalidad.*

https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/32781/1/N_108_21_Plurinacionalidad_e_Interculturalidad.pdf

Villacis, L., & Álvarez, L. (05 de 05 de 2022). La sabiduría cultural como identidad histórica en las nuevas generaciones manabitas. *Revista Científica*, 7(24), 135.

<https://doi.org/https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2022.7.24.6.119-135>

Villamizar, E., & Osorio, J. (2014). *Estética e identidad corporativa.*

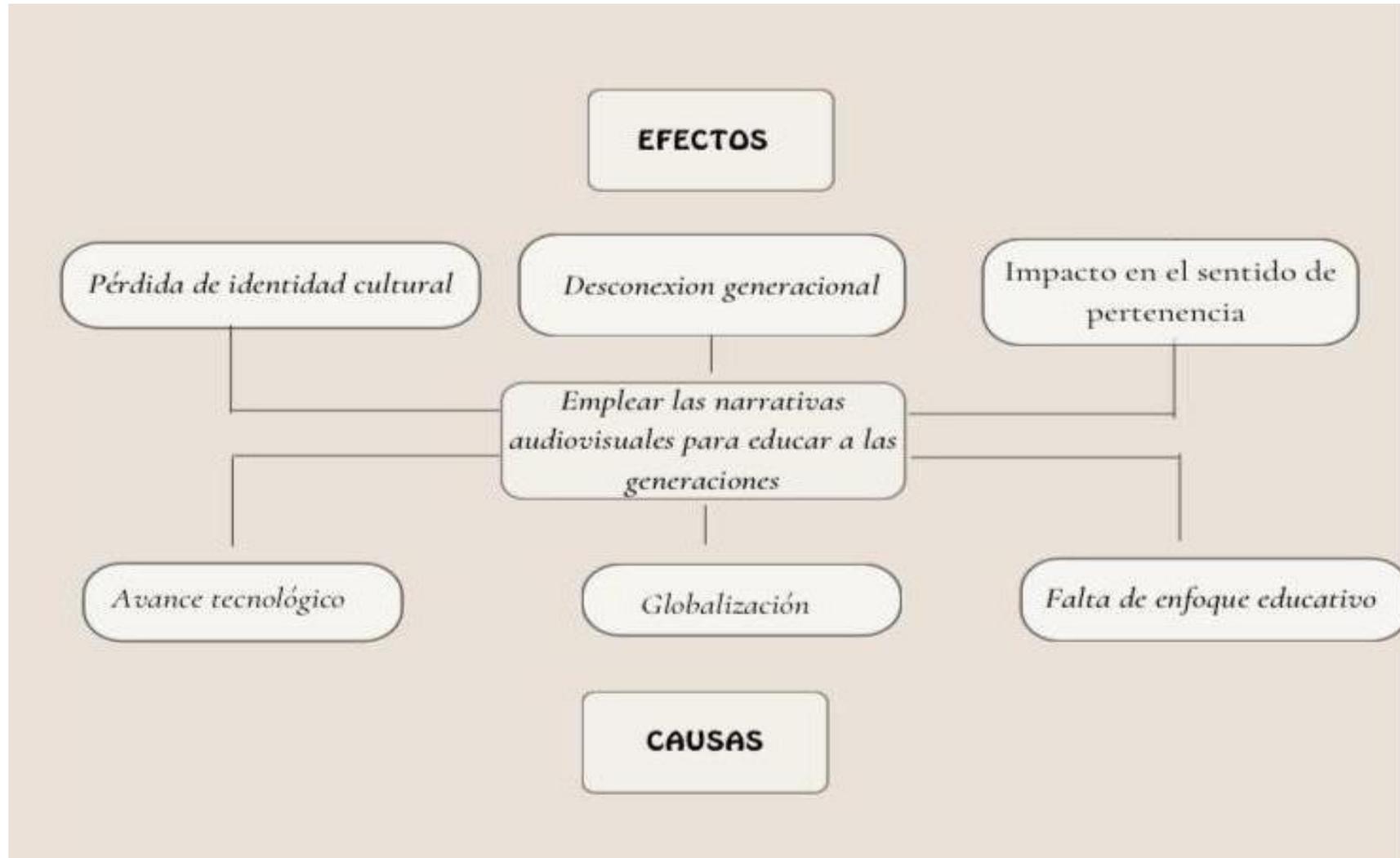
<https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1754/1938>

Warenästhetik. (2019). *veredasojs*. veredasojs:

<https://veredasojs.xoc.uam.mx/index.php/veredas>

9. ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2: Técnicas e instrumentos de validación

Técnicas e instrumentos

Técnica: Encuesta con escala de Likert

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Narrativas audiovisuales e identidad cultural de la Dirección de Comunicación social UPSE, 2023.

Objetivo: Determinar la relevancia de las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE.

Tabla 13. Validación de la encuesta

TÉCNICA ENCUESTA					
Nombre:		Sexo	Masculino		
			Femenino		
Objetivo: Determinar la relevancia de las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE.					
Responde según usted crea conveniente el siguiente cuestionario					
Preguntas					
¿Usted ha visto videos producidos por la Dirección de comunicación social de la UPSE en este último año?	Si	No			
¿Qué tipos de contenido cree usted que la Universidad difunde más?	Deportivo	Noticioso	Cultural	Organizacional-Corporativo	
¿A través de qué medios se informa usted sobre la identidad cultural de la UPSE?	Redes sociales	Radio	Pantalla digital	Afiches	Flyers
¿Usted se identifica con los símbolos y emblemas que representan a la Universidad	Si	No			
¿Se siente representado/a por los valores y principios que promueve la Upse?	Si	No			
¿Los elementos claves de la identidad cultural institucional (historia, valores, eventos) están bien integrados?	Si	No			

¿Considera que la Dirección de comunicación social debería colaborar con otras instituciones universitarias para ampliar la difusión de videos que promuevan la aceptación de la identidad cultural en la UPSE?	Si	No			
¿Piensa que la institución debería adaptarse a los cambios culturales en la sociedad actual?	Si	No			



Gerzon Alfredo Cochea Panchana
Juez Experto
CI: 0921222972

Instrumento: Guía de preguntas

Tema: Narrativas audiovisuales e identidad cultural de la Dirección de Comunicación social UPSE, 2023.

Objetivo: Determinar la relevancia de las narrativas audiovisuales para preservar la identidad cultural en la UPSE.

Entrevistado: Gonzalo Vera Vera

Cargo: Director de la Dirección de Carrera de Comunicación Social

Especialidad:

Entrevistador: Evelyn Leonela Marshall Asencio

Entrevistado: Lilian Susana Molina Benavides

Cargo: Directora de la Carrera de Comunicación

Especialidad:

Entrevistador: Génesis Anabhy Bazán Peña

Tabla 14. Validación de la guía de preguntas

		Respuesta
Narrativas audiovisuales e identidad cultural de la Dirección de comunicación social		
1	¿Cómo definiría la identidad cultural de la Universidad?	
2	¿Qué elementos considera usted que son fundamentales para la identidad cultural de la Universidad?	
3	¿De qué manera la UPSE garantiza que su identidad cultural sea inclusiva y representativa?	
4	¿Qué rol juegan los contenidos audiovisuales en la construcción y promoción de la identidad cultural de la Universidad?	
5	¿De qué manera se involucra a los estudiantes, profesores y personal en la creación de contenidos audiovisuales?	
6	¿Qué estrategias implementan para promover la identidad cultural entre los estudiantes de la Universidad?	

7	¿Qué programas o eventos se organizan para celebrar y fortalecer la identidad cultural dentro del campo universitario?	
---	--	--

Gerzon Alfredo Cochea Panchana
Juez Experto
C.I. 0921222972

Instrumento: Ficha de Observación

Tabla 15. Validación ficha de observación

Periodo Observado			Fecha:	
Ítems	Si	No	Cantidad	Observaciones
Difusión de contenido cultural				
Redes sociales				
Pantalla digital				
Páginas web				
Medios radiales				
Narrativa audiovisual				
Claridad en el contenido audiovisual de la identidad cultural en la plataforma de Facebook				
Estilo visual y estético				
Creatividad en los productos audiovisuales de identidad cultural				
Identidad cultural				

Valores institucionales (respeto, responsabilidad, inclusión)				
Participación activa				
Representación cultural				



Gerzon Alfredo Cochea Panchana
Juez Experto
C.I. 0921222972

Anexo 3: Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

Tabla 16. Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

TÍTULO:	Narrativa audiovisual e identidad cultural de la Dirección de Comunicación social, 2023.
AUTOR:	Bazán Peña Génesis Anabhy – Marshall Asencio Evelyn Leonela

	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN	
				Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo o En desacuerdo	Muy en desacuerdo	Relación entre:										
								VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA				
								SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO			
Variable Independiente: Comunicación Intercultural	Estética visual	Percepción	¿Cree usted que dentro de la narrativa audiovisual la estética visual influye en la percepción de la realidad y afecta la apreciación y comprensión en diversos contextos?	X					X		X		X					

	Elementos visuales	Transmisión	¿Considera usted que la eficacia de la narrativa audiovisual y la utilización de elementos visuales sirve para transmitir mensajes de forma efectiva?	X					X		X		X		
	Impacto visual	Relevancia	¿Cree usted que la influencia de la narrativa audiovisual genera un impacto visual significativo y relevante en la experiencia de un espectador?	X				X		X		X		X	

Variable	Globalización	Comportamiento	¿Considera usted que preservar la identidad cultural en un mundo globalizado es esencial para mantener la diversidad en el comportamiento social?	X					X		X		X		X
		Conocimiento	¿Cree usted que la dirección de comunicación promueve la identidad cultural y el conocimiento dentro de un entorno	X					X		X		X		X

Multiculturalidad		multicultural?															
Inclusión	Participación	¿Cree usted que la participación activa en eventos culturales puede fortalecer la identidad cultural y al mismo tiempo fomentar la inclusión?	X					X	X	X	X						



Gerzon Alfredo Cochea Panchana
Juez Experto
C.I. 0921222972

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **experto evaluador** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que está validando.

Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Promedio:	95
Juez Experto	Lic. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.
CI:	0921222972
Teléfono	0985934580
E-mail:	gcochea@upse.edu.ec
 Firma	

Anexo 5: Validez del contenido del instrumento

DATOS DEL ESTUDANTE		
Apellidos y Nombres:	Bazán Peña Génesis Anabhy – Marshall Asencio Evelyn Leonela	
TÍTULO DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN		
Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023		
DATOS DEL INSTRUMENTO		
Nombre del instrumento:		
Objetivo:		
Dirigido a:		
JUEZ EXPERTO		
Apellidos y Nombres:	COCHEA GERZON A	
Documento de Identidad:	0921222972	
Grado Académico:	MAGISTER EN GESTIÓN DE MARCAS	
Especialidad:	GESTIÓN DE MARCAS	
Experiencia Profesional (años):	10 años	
JUICIO DE APLICABILIDAD		
Aplicable	Aplicable después de Corregir	No Aplicable
X		
Sugerencia:		

Gerzon Alfredo Cochea Panchana
Juez Experto
 C.I. 0921222972

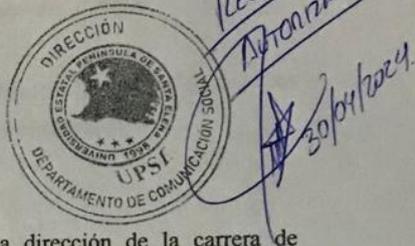
Anexo 6: Carta de Autorización por la Dirección de Comunicación Social UPSE

 **FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**
CARRERA DE COMUNICACIÓN

La Libertad, 30 de abril del 2024

Para: Lic. Gonzalo Vera, Mgtr.
Director del Departamento de Comunicación

De : Lic. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
Directora de la Carrera- UPSE



Reciba un cordial y afectuoso saludo de parte de la dirección de la carrera de Comunicación adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Salud de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena (UPSE)**.

Por medio de la presente, tengo a bien informar y solicitar lo siguiente:

En el actual periodo 2024-1, los estudiantes del octavo semestre están elaborando sus trabajos de titulación bajo la modalidad de Proyectos de Investigación, para la obtención del título de **Licenciado(a) en Comunicación**.

En dicho proceso, se requiere aplicar técnicas e instrumentos de levantamiento de información, con el fin de analizar y discutir los resultados obtenidos para la mejora científica de un problema de investigación determinado.

Por lo que, apelando a su buen criterio y predisposición, solicitamos la apertura para que los estudiantes **Bazán Peña Génesis Anabhy** con cédula de identidad **2450757766** y **Marshall Asencio Evelyn Leonela** con cédula de identidad **2450386160**, apliquen los instrumentos de levantamiento de información, para el proyecto de investigación de título “**Narrativa Audiovisual e Identidad Cultural de la Dirección de Comunicación Social UPSE, año 2023**” con base a la evolución del planteamiento metodológico que dictamine su docente tutor(a) **Lic. Gerzon Cochea, Mgtr.**

UPSE ¡crece ^{SIN} LÍMITES!

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

f @ t v www.upse.edu.ec



**FACULTAD DE CIENCIAS
SOCIALES Y DE LA SALUD**
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Cabe indicar que, la información será única y exclusivamente empleada para el desarrollo de la investigación dentro del ámbito académico y científico, cuyo resultado será el trabajo de titulación que será subido de manera digital al repositorio de la UPSE.

Esperando una respuesta favorable a la presente solicitud, me despido augurando los mejores éxitos tanto en sus actividades personales como profesionales.

Con estima y consideración,

Lic. Lilian Susana Molina Benavides, Ph.D.
Directora de la carrera de Comunicación.

UPSE Crece sin límites..!!!

LILIAN
SUSANA
MOLINA
BENAVIDES

Firmado digitalmente por
LILIAN SUSANA
MOLINA BENAVIDES
Fecha: 2024.04.02
11:14:37 -05'00'



Dra. Lilian Molina Benavides, PhD.
DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

Anexo 7: Entrevistas a expertos

Experto 1: Lic. Gonzalo Vera, Mgtr.



Experto 2: Lic. Susana Molina, PhD.



Anexo 8: Formulario de Google Forms y envío de link

The screenshot shows the Google Forms editor interface. At the top, the browser address bar displays the form ID: docs.google.com/forms/d/1xKz287qT5MvVtQmh-IEI0F-PxWv9XxxmaAULT_M7I7dk/edit. The form title is "Narrativa audiovisual e identidad cultural de la Dirección de comunicaciór". The form content includes a greeting: "Reciban un cordial saludo, nos dirigimos a ustedes, Bazán Peña Génesis y Marshall Asencio Evelyn, estudiantes del 8vo semestre de la carrera de comunicación. Agradecemos sinceramente su tiempo y disposición para participar en esta encuesta. La información proporcionada será utilizada exclusivamente con fines académicos y será tratada de manera confidencial." Below the text is a question titled "Género" with three radio button options: "Masculino", "Femenino", and "Otro". The interface also shows a "Preguntas" tab with "Respuestas 949" and a "Configuración" tab. A sidebar on the right contains icons for adding, deleting, and editing elements.

