



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

TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA

IMPACTO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES COMO ESTRATEGIAS DE
DIFUSIÓN PARA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE CASO FUNDACIÓN
COASE, CANTÓN SANTA ELENA, 2021

AUTORA

VIÑAN LINO MARIANA ESTEFANIA

TUTOR

LCDO. GONZALO JAVIER VERA VERA, MGTR.

DOCENTE ESPECIALISTA

LCDO. DAVID XAVIER ECHEVERRÍA MAGGI, MGTR.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO SOCIAL

SUB-LÍNEA

ECOLOGÍA Y DESARROLLO AMBIENTAL

LA LIBERTAD, ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022

TEMA

**IMPACTO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES COMO ESTRATEGIAS
DE DIFUSIÓN PARA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE CASO
FUNDACIÓN COASE, CANTÓN SANTA ELENA, 2021**

AGRADECIMIENTO

Quiero primero agradecer a Dios por permitirme culminar otra etapa en mi vida y darme sabiduría durante todo mi proceso de formación académica, también agradezco a mi familia especialmente a mis padres y hermanos que siempre han estado conmigo en cada decisión que tomo apoyándome y dándome fuerzas para seguir, por trabajar día a día para que no me falte nada y poder terminar mis estudios.

También es necesario agradecer a mis docentes Lcda. Vilma Maribel García González, Mgtr y al Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr que con su asesoramiento y conocimientos brindados me permitieron culminar con este proyecto de investigación.

Mariana Estefania Viñan Lino

DEDICATORIA

Le dedico este trabajo a Dios por darme la fortaleza para seguir esforzándome y no rendirme durante este proceso y a las personas más importantes en mi vida como son mis padres Miguel Viñan y María Lino por impulsarme a seguir y cumplir mis metas, por ser esos pilares fundamentales en mi vida que estuvieron en mis momentos de crisis dándome ánimos para seguir, a mis hermanos Steven y Jefferson y a mis amigos por apoyarme en los momentos difíciles y celebrar juntos mis logros.

Mariana Estefania Viñan Lino

CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR



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

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

La Libertad, 22 de julio del 2022

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

Directora de la Carrera de Comunicación

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que el señor(a): **VIÑAN LINO MARIANA ESTEFANIA** con cédula de identidad N° **2450001728** ha cumplido con los requisitos estipulados en el REGLAMENTO DE TITULACIÓN DE GRADO Y POSTGRADO DE LA UPSE (UIC).

Art 14.- Actividades académicas del docente tutor: El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quién presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que el señor(a): **VIÑAN LINO MARIANA ESTEFANIA** ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: **IMPACTO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES COMO ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN PARA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE CASO FUNDACIÓN COASE, CANTÓN SANTA ELENA, 2021**

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

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

Atentamente,

Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr.

Docente tutor

Trabajo Integración Curricular II

CI: 0928816107

Correo Institucional: gonzaloveravera@upse.edu.ec

Cel: 099102218

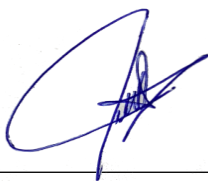
**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



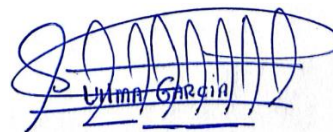
Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.
**DIRECTORA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**




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



Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgr.
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**



Lcda. García González Vilma Maribel, Mgr.
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN**

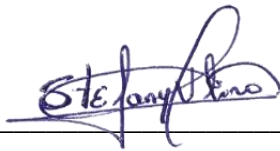


Viñan Lino Mariana Estefanía
ESTUDIANTE

DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **MARIANA ESTEFANIA VIÑAN LINO**, con C.C: **2450001728**, estudiante de la carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UCI), cuyo tema es: **IMPACTO DE LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES COMO ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN PARA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE CASO FUNDACIÓN COASE, CANTÓN SANTA ELENA, 2021**, corresponde exclusiva responsabilidad de la autora y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Atentamente,



Mariana Estefania Viñan Lino

C.I: 2450001728

Correo institucional: marianavinan@upse.edu.ec

Cel: 0961084984

ÍNDICE

TEMA	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
CERTIFICACIÓN DE VALIDACIÓN DEL DOCENTE TUTOR	V
DERECHOS DE AUTORÍA	VII
RESUMEN	XII
ABSTRACT	XIII
INTRODUCCIÓN	1
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO	3
1.1 Descripción del problema	3
1.2 Formulación del problema	3
1.3 Preguntas de investigación	4
1.4 Justificación	4
1.5 Objetivos	5
1.5.1 Generales	5
1.5.2 Específicos	5
1.6 Hipótesis	5
1.7 Variables	5
1.7.1 Independiente: Producción audiovisual	5
1.7.2 Dependiente: Estrategias de difusión	6
1.8 Variables (operacionalización)	6
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes	7
2.2 Marco conceptual	10
2.2.1 Productos audiovisuales	10
2.2.2 Formatos	11
2.2.3 Herramientas multimedia	12
2.2.4 Lenguaje audiovisual	13
2.2.5 Estrategias de difusión	14
2.2.6 Entorno web	15

2.2.7	Cambio social	16
2.2.8	Feedback	17
2.3	Marco Legal.....	17
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	20
3.1	Tipo de investigación	20
3.2	Enfoque de investigación.....	20
3.3	Diseño de investigación.....	20
3.4	Métodos de investigación.....	21
3.5	Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	21
3.6	Universo, población y muestra.....	22
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
4.1	Procesamiento de la información.....	24
4.2	Análisis e interpretación.....	24
4.3	Análisis Cualitativo: Entrevista.....	29
4.4	Análisis cualitativo: Observación	31
4.5	Discusión de resultados.....	34
5.	CONCLUSIONES:	38
6.	RECOMENDACIONES:	39
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	40
8.	ANEXOS:.....	43

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1

Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente..... 25

Tabla 2

Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente 26

Tabla 3

Las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información..... 27

Tabla 4

Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales 28

Tabla 5

Análisis de resultados de guía de preguntas a expertos 29

Tabla 6

Análisis de resultados de la ficha de observación..... 31

Tabla 7

Matriz de operacionalización de variables..... 43

Tabla 8

Matriz de validación de contenido por juicio de expertos 46

Tabla 9

Ficha de evaluación del instrumento..... 49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1

Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente..... 25

Figura 2

Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente 26

Figura 3

Establecer estrategias de difusión para entornos web nos permitirá conocer el alcance e impacto que el contenido emitido tendrá en los receptores 27

Figura 4

Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales 28

Figura 5

Entrevista a experto Lcdo, Elvis Lindao, Mgt..... 54

Figura 6

Entrevista a experto Lcdo, Geovanny Suárez 54

Figura 7

Encuesta a través de Google Forms 55

Figura 8

Encuesta Google Forms 55

Figura 9

Fanpage- Fundación COASE..... 56

RESUMEN

Existen diversas investigaciones enfocadas en el análisis de estrategias y manejo de contenido con la finalidad de aplacar la problemática ambiental existente y en este caso la investigación es una de ellas, pues este proyecto pretende profundizar en el impacto que tienen los productos audiovisuales para lograr la preservación del medio ambiente, debido a que este es un recurso idóneo para transmitir mensajes de forma clara y llegar a la ciudadanía.

La investigación tuvo como objetivo el estudio del impacto que producen los productos audiovisuales como estrategia de difusión para lograr la difusión de contenidos ambientales de tal manera que la ciudadanía tome conciencia sobre los problemas ambientales existentes y contribuyan a la preservación del medio ambiente. Dentro de la investigación se estableció la siguiente hipótesis: la implementación de productos audiovisuales sobre contenido ambiental como estrategias de difusión que son transmitidos por la Fundación COASE, ayudarán a mejorar significativamente la preservación ambiental en el cantón Santa Elena, para comprobar la hipótesis planteada se trabajó mediante un análisis descriptivo no experimental que el cual permitirá investigar a profundidad el fenómeno de estudio, además de consultas a expertos en el área de la comunicación y relacionados con el ámbito de la producción audiovisual, se emplearon varias técnicas para la recopilación y análisis de los resultados obtenidos, como entrevistas, ficha de observación y encuestas. Entre los resultados más importantes se evidencia que la producción audiovisual como estrategia de difusión es un medio eficaz para exponer problemáticas ambientales, pero a la Fundación COASE aun le hace falta conocer un poco sobre aspectos a considerar para la creación de productos audiovisuales, a pesar de ello el contenido difundido en su fanpage es bien aceptado por sus seguidores.

Palabras claves: producción audiovisual, estrategias de difusión, preservación ambiental, lenguaje audiovisual.

ABSTRACT

There are various investigations focused on the analysis of strategies and content management in order to alleviate the existing environmental problems and in this case the investigation is one of them, since this project aims to delve into the impact of audiovisual products to achieve preservation. of the environment, because this is an ideal resource to transmit messages clearly and reach citizens.

The objective of the research was to study the impact produced by audiovisual products as a dissemination strategy to achieve the dissemination of environmental content in such a way that citizens become aware of existing environmental problems and contribute to the preservation of the environment. Within the investigation, the following hypothesis was established: the implementation of audiovisual products on environmental content as dissemination strategies that are transmitted by the COASE Foundation, will help to significantly improve environmental preservation in the Santa Elena canton, to verify the hypothesis raised, work was carried out Through a non-experimental descriptive analysis that will allow to investigate in depth the phenomenon of study, in addition to consultations with experts in the area of communication and related to the field of audiovisual production, several techniques were used for the collection and analysis of the data. results obtained, such as interviews, observation sheet and surveys. Among the most important results, it is evident that audiovisual production as a dissemination strategy is an effective means to expose environmental problems, but the COASE Foundation still needs to know a little about aspects to consider for the creation of audiovisual products, despite Therefore, the content disseminated on his fanpage is well accepted by his followers.

Keywords: audiovisual production, dissemination strategies, environmental preservation, audiovisual language.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación expone a la producción audiovisual como estrategia de difusión para generar contenido dentro del área ambiental, conociendo que en la actualidad la problemática ambiental que se vive es muy evidente y se ha vuelto una situación alarmante, por lo que varias instituciones han recurrido a la implementación de estrategias que apoyen a generar una consciencia ecológica en la población con la finalidad de reducir los índices de contaminación y procurar que las futuras generaciones disfruten de un ecosistema sano.

Entre las estrategias empleadas para lograr ese objetivo han considerado a la producción audiovisual como un recurso indispensable para llegar a las audiencias debido a que estos son contenidos que se adaptan a cualquier medio que para su elaboración se basan de elementos como: imágenes, textos, efectos, música; que permiten que la comprensión del mensaje difundido sea claro para el receptor, por tanto sus características lo convierten en una estrategia idónea para transmitir contenido que permita que la ciudadanía mejore sus actitudes ambientales.

Esta investigación se realiza con la finalidad de incentivar a que se creen correctos productos audiovisuales de contenido ambiental, bajo normas y cumpliendo con las fases que implica su creación, pues se evidencia que en su mayoría los contenidos ambientales que circulan en plataformas digitales tienen poco impacto y no generan interés en los espectadores debido al incorrecto enfoque y abordaje que estos brindan hacia las problemáticas ambientales existentes.

La metodología que se ha empleado en el trabajo de investigación fue un análisis descriptivo no experimental el cual permite investigar a profundidad el fenómeno de estudio, conocer sus características, para ello se empleó varias técnicas e instrumentos para la recopilación y análisis de los resultados obtenidos como, consultas a expertos relacionados con el área de la comunicación y la producción audiovisual, mismas que facilitarán contrastar la información recopilada.

La investigación tiene como finalidad conocer el impacto de los productos audiovisuales, así como también determinar su importancia y su aporte para lograr la preservación del medio

ambiente en el cantón Santa Elena, haciendo uso correcto del lenguaje audiovisual e identificando que otras estrategias son efectivas para lograr el objetivo.

En el capítulo I, el cual aborda la formulación general del proyecto, se encuentran la problemática y las razones existentes que llevaron a realizar esta investigación, así como la hipótesis planteada, las preguntas de investigación, los objetivos que se desean obtener durante la investigación y las variables que componen la investigación.

Referente al capítulo II marco teórico, en este apartado se encontrarán los antecedentes, es decir investigaciones que guardan relación con la investigación, conceptualizaciones de las variables planteadas como son: productos audiovisuales y las estrategias de difusión, las dimensiones que derivan de ellas, además de las leyes que están vinculadas y sustentan la investigación,

Con relación al capítulo III, denominado metodología, se encontrarán el enfoque de investigación bajo el cual se realizó la investigación, el diseño y las técnicas e instrumentos que permitieron la recolección de los datos necesarios para el análisis del fenómeno de estudio y la población seleccionada para realizar la investigación.

Finalmente, en el capítulo IV, se expondrán los resultados obtenidos mediante la aplicación de los diferentes instrumentos de recolección de datos que se han empleado dentro de la investigación, además de encontrar los resultados más importantes y que contribuyen positivamente al proceso de investigación que permitirán comprobar si la hipótesis planteada por el investigador es correcta o no y si contribuye a nuevas aportaciones con relación a la problemática de estudio.

1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1 Descripción del problema

En la actualidad son evidentes los grandes problemas ambientales que la sociedad ha causado, la deforestación, contaminación del suelo, aire, agua, etc., están provocando que la población no posea una adecuada calidad de vida, a raíz de ello varias instituciones se han visto en la necesidad de incentivar a que la ciudadanía genere conciencia ambiental, preserve el medio ambiente y respeto al planeta con la finalidad de evitar que la problemática que se vive empeore, varias han sido las estrategias para lograr este objetivo, como es el caso del uso de productos audiovisuales como estrategias ambientales.

El conflicto se evidencia en la falta de responsabilidad ambiental de las personas, quienes a pesar de conocer los problemas ambientales que existen no realizan un cambio. El poco interés de las personas y la falta de conciencia ambiental, el uso inadecuado de los recipientes de basura, deshechos de residuos en las calles, playas, etc., influyen en el incremento de la contaminación en el cantón Santa Elena, además podemos considerar el mal enfoque de ciertos contenidos ambientales difundidos por parte de la Fundación COASE a través de su página de Facebook, los cuales no logran captar la atención del espectador e inducirlo a un cambio, esto se debe a que la institución no cuenta con personal especializado dentro del área de la comunicación y producción de contenido audiovisual.

El contexto social en el que se desarrolla es en el cantón Santa Elena, uno de los tres cantones perteneciente a la provincia del mismo nombre, en donde se han evidenciado la falta de prácticas culturales- ambientales para beneficio de todos los habitantes. Por tanto, con la investigación se pretende demostrar la importancia de la producción audiovisual dentro del ámbito ambiental para generar conciencia y cambios en el comportamiento de los ciudadanos que habitan en ese cantón.

1.2 Formulación del problema

Bajo este contexto el investigador se plantea la siguiente formulación del problema.

¿Cómo inciden los productos audiovisuales que ha establecido como estrategia de difusión para la preservación del medio ambiente la Fundación COASE, en los habitantes del cantón Santa Elena?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cómo pueden los productos audiovisuales aportar a la preservación del medio ambiente en el cantón Santa Elena?
- ¿De qué manera aborda y concientiza sobre las problemáticas ambientales la Fundación COASE y qué estrategias de difusión emplea?
- ¿Cómo puede el correcto lenguaje audiovisual contribuir a la construcción de los mensajes ambientales que difunde la Fundación COASE?

1.4 Justificación

Es evidente la falta e inadecuado manejo del contenido ambiental que se difunde a través de diversas plataformas digitales, ya sea por el desinterés o desconocimiento de problemas ambientales por parte del ciudadano o el mal abordaje o enfoque que las instituciones les dan a estos contenidos, por tanto, es necesario generar una conciencia ambiental en los habitantes del cantón Santa Elena, a través de la producción audiovisual que incentive a reflexionar sobre las problemáticas presentes y preservar el ecosistema.

La importancia de esta investigación radica en que, a través de la implementación de correctas estrategias de difusión, se logre crear en los ciudadanos una cultura ambiental en la que, mediante el uso de productos audiovisuales se evidencien los problemas ambientales a los que la población está expuesta y como estos pueden solucionarlos, esto es necesario porque de esta manera identifican las falencias que existen en la ejecución de contenidos audiovisuales para la preservación del medio ambiente y el poco impacto que estos tienen en la ciudadanía.

El uso de productos audiovisuales dentro del área ambiental, es una herramienta idónea debido a que logra llegar y captar la atención del espectador, por otra parte, permite que el impacto del mensaje sea mayor, pues ayuda a la retención de la información difundida,

provocando que las personas reflexionen sobre el contenido y perciban la realidad a través de los elementos visuales empleados.

Con la presente investigación se pretende beneficiar a la ciudadanía del cantón Santa Elena de manera que con los cambios de cultura ambiental que se practiquen mejoren su calidad de vida a medida que el índice de contaminación va disminuyendo y a los miembros de la Fundación de Conservación Ambiental Santa Elena (COASE), con el propósito de direccionarlos a emplear nuevas estrategias de difusión para lograr mayor alcance y mejor comunicación.

1.5 Objetivos

1.5.1 Generales

- Conocer el impacto que producen los productos audiovisuales como estrategia de difusión para lograr la preservación del medio ambiente.

1.5.2 Específicos

- Determinar la importancia que tiene la producción audiovisual dentro del área ambiental y su aporte dentro de su preservación.
- Identificar cuáles son las estrategias de difusión para la preservación del medio ambiente que emplea la Fundación COASE.
- Sugerir que la Fundación COASE emplee un correcto lenguaje audiovisual en la construcción de los mensajes ambientales que difunde.

1.6 Hipótesis

La implementación de productos audiovisuales sobre contenido ambiental como estrategias de difusión que son transmitidos por la Fundación COASE, ayudarán a mejorar significativamente la preservación ambiental en el cantón Santa Elena.

1.7 Variables

1.7.1 Independiente: Producción audiovisual

En la tesis de grado denominada Sistema de herramientas para registros audiovisuales y multimedia, define que:

La producción audiovisual es la creación de productos para medios de comunicación audiovisuales, entre ellos se pueden mencionar el cine, la televisión y las redes sociales. Se debe recalcar que para la creación de un audiovisual se debe emplear herramientas tecnológicas de producción (...) mismas que aportaran creatividad utilizada en los distintos medios de transmisión y reproducción. (Aguirre, 2020, p. 32)

1.7.2 Dependiente: Estrategias de difusión

En el artículo académico titulado Análisis del uso de estrategias para la difusión de contenidos en las plataformas web (Fan Page, Twitter, Página web) del diario “La Prensa” periodo octubre 2019 – marzo 2020, se cita:

Las estrategias de comunicación son: el conjunto de métodos que emplea el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación con el objetivo de lograr los objetivos asignados”, para ellos se debe considerar (...) las reacciones de todos los miembros que interviene en el proceso, las audiencias, es decir, el público objetivo y/o la naturaleza de cambios en el entorno. (Solórzano, 2020, p. 8)

1.8 Variables (operacionalización)

(Anexo 1)

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

El presente proyecto de investigación presenta un enfoque de la problemática misma que ha sido abordada a nivel internacional, nacional y local, con el fin de determinar la importancia del tema de investigación.

La producción audiovisual consiste en la creación de contenido que será transmitido a través de diferentes medios tradicionales y plataformas digitales, además debe cumplir con un proceso de manera que el producto final que será difundido y consumido por la audiencia logre su objetivo para ello este debe ser creativo y emplear diversos recursos.

La preocupación por implementar practicas ecológicas se divide dentro de la producción audiovisual, entre comunicación realizada por medios y un diseño sustentable. La producción audiovisual influye en el imaginario colectivo de las audiencias, pues presenta variedad de temas y logra crear empatía en de los temas expuestos y los espectadores. (Mastantuono, 2017)

El presente trabajo aporta a la investigación porque manifiesta que la producción como una obra que materializa una idea previamente pensada y planificada, además, amplía la perspectiva que la producción puede abarcar varios aspectos o temáticas, que permiten llegar a la audiencia e influir en ella, de manera que estas apten el mensaje que se desea transmitir, procesen la información emitida, dentro de este proceso los medios y el diseño que se empleen serán fundamentales para generar una buena comunicación.

En el artículo académico titulado que hace referencia al desarrollo de estrategias de producción audiovisual que pretende evidenciar el impacto que estos poseen dentro de una comunidad se menciona que:

Las estrategias son aquellas ideas que a través de la distribución mediante canales de comunicación llegan a los receptores para lograr su objetivo, debido a la inmediatez de la web misma que permite mayor interacción de los usuarios, los contenidos que se crean y

se difunden para promover campañas deben ser claras, precisas de manera que se logre capturar la atención del espectador digital. (Benavides, 2017, p. 29- 30).

En esta parte el autor indica que se debe establecer una división por la cual circulara la idea o el producto, define que debido a que existen un mayor número de usuarios en la web, los canales de difusión por el que llegara el producto audiovisual deberá ser a través de plataformas digitales, como redes sociales ya que éstas son las preferidas por el público digital y que además se deben seguir directrices porque el público digital también posee sus exigencias en cuanto al contenido que consume.

Dentro de la tesis elaborada por Arízaga en el cual establece la creación de un producto audiovisual para concientizar sobre el cuidado ambiental en un refugio de vida silvestre en Pasochoa, se menciona que para la creación de productos audiovisuales es necesario implementar herramientas y plataformas digitales para su creación:

La producción audiovisual es una herramienta educativa mediante el cual se puede concienciar y sensibilizar a la ciudadanía sobre problemáticas ambientales, además de persuadirlos hacia un cambio actitud, misma que hace uso de las nuevas herramientas y recursos digitales que incentivan la acción y facilita la interacción y participación de los espectadores. (Arízaga, 2017).

Como lo establece Arízaga la producción audiovisual, como recurso para concientizar sobre problemáticas ambientales a la ciudadanía es efectivo, pues este permite exponer las situaciones y transmitir el mensaje de forma eficaz, de manera que este permita inducir a una transformación en las actitudes ecológicas que posee la población, facilitando la interacción de todos los involucrados, además, la retención de información y la adaptabilidad del contenido a diversos medios y formatos.

Según lo mencionado en el artículo académico acerca del uso de estrategias para la difusión de contenidos a través de diferentes plataformas web como (Fan Page, Twitter, Página web) elaborado entre octubre 2019 – marzo 2020, se establece que:

Las estrategias de comunicación son: el conjunto de métodos que emplea el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación, para ellos se debe considerar (...) las reacciones de todos los miembros que interviene en el proceso, las audiencias, es decir, el público objetivo y/o la naturaleza de cambios en el entorno, por ende el comunicador deberá identificar que estrategias, evaluarlas de manera que el proceso de difusión requerido se realice de forma adecuada y permita alcanzar sus metas. (Solórzano, 2020, p. 8)

El autor define que las estrategias comunicacionales son un conjunto de métodos que se utilizan para realizar una correcta difusión de un contenido de manera que se logren los objetivos planteados, en este caso a través de la implementación de las estrategias se pretende concientizar a la ciudadanía con respecto al cuidado ambiental.

Se define que la producción audiovisual es la integración de audio y video como herramienta para generar productos que permiten mejorar los procesos educativos en diversas zonas del cantón Santa Elena:

El concepto audiovisual hace énfasis a la integración e interrelación entre el audio y el video para crear un producto en realidad o lenguaje, mediante mecanismos, es decir a cada sonido le corresponde una imagen. Los medios audiovisuales son instrumentos tecnológicos que permiten presentar información (...) y pueden servir de complemento a otros recursos o medios de comunicación clásicos. Los progresos comunicativos han propiciado la meditación de los mecanismos de elaboración, percepción e interpretación partiendo la vía a nuevos procesos comunicacionales. (Del Pezo & Salinas, 2014, p.24-25)

Estos autores manifiestan que lo audiovisual es la anexión de herramientas multimedia que son una forma interactiva de enseñar o educar a las personas en diversas temáticas de manera que se tenga una combinación que permite la difusión de contenidos a base de la implementación de nuevas herramientas.

Mediante un estudio realizado por Carbo, se define que las estrategias pretenden posicionar un determinado mensaje y que este logre ser entendido por las audiencias a través de ello se puede determinar su incidencia dentro de varios aspectos.

Las estrategias de comunicación son el medio que procura el posicionar el concepto comunicativo, es decir, el mensaje principal, entre los distintos públicos (...). Las Estrategias Comunicacionales, son esenciales para la difusión de las actividades, debido, a que hoy en día, la comunicación se asocia con la tecnología y el avance de los procesos científicos, las estrategias comunicacionales se han convertido en una necesidad para las empresas, instituciones, y en todo ámbito social o laboral (Carbo, 2014, p. 160)

Como lo menciona Carbo, las estrategias de comunicación en la actualidad se han vuelto indispensables en las empresas o instituciones ya que ayudan a establecer la ruta de difusión de la idea principal para que los espectadores o consumidores se enfoquen en lo que la empresa quiere transmitirle.

2.2 Marco conceptual

Dentro de este proyecto es pertinente citar a teóricos que conceptualicen los términos relacionados con las variables de investigación las cuales son producción audiovisual y estrategias de difusión, por tanto, en este apartado se encuentran aquellos términos y conceptualizaciones de teóricos vinculados al tema de investigación.

2.2.1 Productos audiovisuales

Los productos audiovisuales tienen como norma la implementación de un lenguaje y elementos audiovisuales que aporten al proyecto que será transmitido. (Antezana, 2017) afirma que “son los procesos de selección de medios técnicos y humanos para la ejecución de una idea. Idea que cuenta con la unión de matices artísticos y comunicacionales, para transmitir una realidad empleando la herramienta audiovisual (imagen y sonido)” (p.30). Claramente la elaboración de un producto audiovisual conlleva un proceso que inicia estableciendo una idea que pretende influir en los espectadores para generar un cambio y que emplea recursos como videos, imágenes, etc., permitirán reforzar el mensaje difundido.

Los productos audiovisuales dentro de sus características conciben la idea de estimular e innovar en cada proyecto, así como también ayuda en la comunicación de ámbitos educativos, sociales, etc., que permitirán solucionar varios problemas.

Se concibe como producción audiovisual a los procesos de elección de medios técnicos y humanos que se necesitan para el cumplimiento de una idea. La idea en los productos cuenta con la unión de los aspectos artísticos y comunicacionales, que se emplean para transmitir una realidad utilizando herramientas audiovisuales (Antezna, 2017, p.30).

Bajo este contexto, la producción audiovisual es un conjunto de procesos que se desarrollan para lograr la transmisión de un mensaje de manera visual y creativo, además dentro de la producción se considera el equipo de trabajo que será parte del proceso y creación del contenido que llegará a los receptores.

2.2.2 Formatos

Los formatos permiten definir la línea mediante la cual se dirigirá un programa o producto audiovisual. Rajas, et. al, (2017) afirma “Pocos formatos audiovisuales se vinculan de forma tan relevante dentro del proceso de aprendizaje en la era digital, (...) en general ha sido abordado como un recurso formativo, y no como una parte a considerar dentro de las obras audiovisuales que se integra en los medios de comunicación o en canales de publicidad digital” (p. 314). Definitivamente los formatos permiten determinar la estructura y área en la que se desea aplicar el producto dentro de los medios de comunicación con la finalidad de obtener buenos resultados.

Los formatos dentro de sus particularidades conciben la idea de adaptar los contenidos a los nuevos campos a medida que va evolucionando la tecnología, con la finalidad que los creadores aprendan dentro del área digital.

El formato audiovisual permite desplegar una situación compleja al trabajar con un fragmento que se ajuste a la duración requerida para la clase o actividad a desarrollar.

Este recurso facilita la identificación de los estudiantes con los personajes, interrogando

las acciones de cada uno, sus motivaciones, e indagando la situación misma (Cambra & Mastandrea, 2020)

Los formatos se definen como el elemento que debe adecuarse al tiempo y producción para lograr alcances en los medios de comunicación de la misma forma el formato establecido para el producto audiovisual debe ser diverso de manera que al emplearlo para otra plataforma este sea lo más adaptable posible y el contenido no varíe demasiado.

2.2.3 Herramientas multimedia

Las herramientas multimedia tienen como regla la aplicación de un conjunto de elementos que aporten de forma significativa al aprendizaje de las personas, además facilitar el entendimiento del contenido al mismo tiempo que se emplea un recurso interactivo.

Conjunto de elementos que consideran elementos auditivos, visuales y gráficos que influyen en los sentidos, estimulando el interés de los estudiantes por aprender, además se logra que de esta manera se genere un aprendizaje significativo para los educandos (...) través de las herramientas multimedia se pueden emplear recursos didácticos que permitan potenciar la retención de la información y el estímulo de habilidades y capacidades de los que intervienen. (Chancusig, et. al, 2017, p. 116)

Claramente las herramientas multimedia son recursos que además de enseñar de forma creativa permiten desarrollar habilidades como la creación de productos mediante la combinación de diversas herramientas, estas además estimulan el aprendizaje de los estudiantes y permite que la información que se transmite sea retenida en la conciencia de todo aquel que este expuesto al contenido del producto.

Las herramientas multimedia dentro de sus características conciben la idea de interacción con otros usuarios, así como también permite hacer uso de diversos medios para emitir diversos contenidos que aporten a la sociedad.

Los sistemas multimedia, hoy en día se determinan como sistemas de uso interactivo que hacen uso de diversos códigos, además del uso de ordenadores para exhibir y combinar:

elementos tales como: texto, gráficos, audio y vídeo con enlaces adjuntos que le permiten al usuario interactuar, navegar, crear y comunicarse con los demás a través de las redes. (Becerra, et. al, 2019, p. 5)

Bajo este contexto se termina que las herramientas multimedia son la combinación de imágenes, audios y demás elementos con la final de crear un producto comunicacional de manera que los usuarios puedan interactuar con otros a través de internet.

2.2.4 Lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual es el contenido de símbolos y normas percibida por los receptores a través de sus sentidos que facilitan la comunicación entre los miembros que intervienen dentro del proceso comunicativo que se desarrolla.

El lenguaje audiovisual permite establecer una comunicación activa entre emisor y receptor, que al transmitir los diferentes contenidos a través de los sentidos (...), este se integre mediante un conjunto de símbolos y normas dentro del proceso de comunicación. En él se integran elementos morfológicos, gramaticales y recursos estilísticos. (Aguirre, 2020, p.57).

Definitivamente el lenguaje audiovisual permite determinar la forma de comunicación que se empleara en el producto audiovisual con el objetivo que el mensaje que se desea transmitir llegue a los receptores, además, este facilita la comunicación activa entre los actores involucrados debido a que estos al estar expuestos al contenido sus sentidos se activan y permiten que este retenga la información adquirida, generando posteriormente su reflexión.

El lenguaje audiovisual posee dentro de sus características el sistema de comunicación sensorial en la que los receptores deben hacer uso de los sentidos auditivo y la visión para mayor comprensión del contenido transmitido.

Es el conjunto de técnicas y herramientas que consienten de forma inmediata el análisis y la comprensión de imágenes y sonidos presentes dentro de un producto audiovisual de

manera que el producto obtenido sea de calidad, el lenguaje audiovisual está compuesto por símbolos y normas de utilización del lenguaje. (Marrero, et. al, 2019, p. 169)

Bajo este argumento se menciona que el lenguaje audiovisual es uno de los aspectos de mayor importancia que se deben analizar dentro de la producción audiovisual, debido a que los receptores se conectan primero de forma emocional para lograr desarrollar la idea central del producto y captar de manera clara el mensaje que el emisor desea transmitir a través de los elementos como imágenes, sonidos, efectos, etc.

2.2.5 Estrategias de difusión

Las estrategias de difusión poseen como directriz generar un cambio a través del uso de técnicas de transmisión de contenidos.

Las estrategias de difusión son “una serie de acciones que permiten situar los momentos y las áreas más convenientes que permitan alcanzar un estilo comunicativo eficaz, para ello se deberá respetar el cumplimiento de todos los procesos laborales y humanos que intervendrán” (Morán, et. al, 2020 pág. 32).

Sin duda, las estrategias de difusión son necesarios para establecer las acciones que lograrán que el mensaje principal llegue o logre su objetivo, además permite definir aquellas ideas o acciones que permitirán cumplir con las metas planteadas de manera que el mensaje que se desee transmitir llegue de manera clara al público.

La estrategia de difusión dentro de sus características propone que mediante acciones el contenido o mensaje que pretende ser difundido llegue al público determinado a fin de que la información que se difunde logre ser captado por los receptores de forma precisa y clara.

Es una manera de lograr que el contenido se esparza de forma masiva y llegue a un gran número de usuarios y que estos al mismo tiempo adquiriera un mayor número de visitas, se analiza el canal por el cual los internautas comparten los contenidos y la interpretación de los mismos (Fernández, 2019)

En este sentido, las estrategias de difusión son esa vía que permiten alcanzar ese propósito de difusión del mensaje a fin que este llegue a la audiencia y logren generar consciencia sobre aquella problemática o tema abordado, por otra parte, permiten conocer los canales más eficaces para su difusión masiva que faciliten la circulación de información.

2.2.6 Entorno web

Los entornos web son interfaces que permiten al usuario navegar en internet obtener y almacenar recursos; con la evolución de la tecnología estos entornos han pasado a convertirse en espacios de aprendizaje. Iyamuremye et. al. (2021) menciona “La web se ha transformado en el instrumento y medio de comunicación más interactivo dentro del proceso de aprendizaje, es una manera de enseñanza a través de la creación de redes que brindan diversas oportunidades para obtener y difundir información” (p.2). Claramente los entornos web son considerados como esos espacios donde los usuarios pueden adquirir conocimientos de forma creativa y empleando recursos o herramientas que conviertan el proceso de aprendizaje más optimo.

Los entornos webs, se establecen como redes de alcance mundial que permiten a los usuarios que navegan a través de los diversos canales de internet, hacer uso de aplicaciones interactivas online.

El nuevo termino Web 2.0 se refiere al paso de entornos Web más estáticos a entornos más dinámicos. Estos permiten la incorporación de aplicaciones que están orientadas al servicio del usuario con una función comunicativa y trabajando las comunidades de usuarios. (Hernández & Mendoza, 2017)

Bajo esta premisa los entornos web se definen como aplicaciones que proporcionan información a los diferentes internautas de acuerdo a lo que estos necesitan y el entorno laboral en los que se desenvuelven, además de implementar nuevas herramientas u aplicaciones que faciliten el proceso comunicativo.

2.2.7 Cambio social

El cambio social tiene como norma identificar aquellos fenómenos que alteran el sistema social de una población y que de una u otra manera alteran su estructura provocando cambios ya sean estos positivos o negativos de acuerdo a una determinada problemática o situación.

Los cambios sociales son las diversificaciones de la estructura de una sociedad las cuales se producen debido a la admisión de una idea, es aquello que los ciudadanos desean para sí como también para los demás, están incluyen las posibilidades de alcanzar los propósitos ya sea en poco tiempo, se describe también como la manera en la que debe realizarse el proceso de cambio. (Mesa & Restrepo, 2020, p. 53)

En tal sentido el cambio social no es nada más que la evolución o la innovación de la sociedad que se produce después de haber sufrido variaciones, estas mismas variaciones solo son concebidas si la sociedad admite tal idea y se establece un propósito e intenta cumplirlo dentro de un tiempo determinado por el bien común de todos los que intervienen o están estrechamente relacionados.

El cambio social tiene como característica transformar la estructura de una sociedad ya sea en ámbitos como la salud, educación, etc., los factores que provocan este cambio son varios y pueden presentarse de diversas maneras.

El cambio social se establece como una situación en la que un acontecimiento produce o genera una transformación progresiva y de manera profunda dentro del contexto social y cambia la organización social, reglas, cambia o amenaza la identidad cultural de un lugar. (De La Sablonnière, 2017, p. 11)

En efecto el cambio social es la manera en la que una situación afecta a una población provocando que esta reaccione, alterando todo o reestructurando su contexto en el que vive y cambiando su estructura organizacional por la cual se rigen, esto con la finalidad de lograr sus objetivos, el cambio social también hace referencia a aquella transformación y cambios de conductas de los ciudadanos cuando un acontecimiento los impacta en gran magnitud.

2.2.8 Feedback

El feedback tiene como norma lograr obtener respuesta por parte del receptor sobre el mensaje que se ha emitido. (Giraudier, 2020) menciona que es “conocido como retroalimentación, es un sistema de comunicación que se refiere a la capacidad del emisor para recoger las reacciones de los receptores ya sea mediante lenguaje verbal o no verbal, y de acuerdo con la actitud de estos modificar sus mensajes”. El feedback es la herramienta que permite que el receptor pueda desarrollar la comprensión sobre la información que ha recibido al mismo tiempo que permite al emisor captar aquellas reacciones favorables o desfavorables sobre la información transmitida, misma que le facilita realizar cambios mediante las cuestiones obtenidas en caso se requiera con la finalidad de mejorar su trabajo.

El feedback dentro del proceso comunicativo es importante debido a que permite conocer si el receptor ha captado o entendido la idea que se ha emitido, de esta manera el emisor puede realizar modificaciones al mensaje de forma que el contenido sea entendido.

El feedback simboliza un proceso de intercambio de mensajes y significados emisor y receptor en base a un mensaje transmitido, es decir, los agentes implicados cambian juicios de acuerdo al razonamiento generado sobre un tema e idea, siguen un modelo interpersonal de comunicación la cual incluye variables relacionadas al transmisor con el emisor del mensaje, al receptor y el mensaje mismo además se considera el contexto se está llevando a cabo el proceso comunicativo. (Sánchez, et. al, 2019, p. 115)

Bajo este contexto se define al feedback como el intercambio de mensajes dentro de un proceso comunicativo donde se evalúa el contenido recibido y se realiza una retroalimentación o se emite una respuesta al transmisor del mensaje, para ello los elementos comunicativos que son el emisor y el receptor deben generar un razonamiento en base al contenido difundido a fin de conocer nuevas ideas u opiniones sobre el tema tratado.

2.3 Marco Legal

En este apartado se mencionan las leyes que están vinculadas al tema de investigación y mediante que normativas el investigador se rige para llevar a cabo este proyecto investigativo.

2.3.1 (Declaración de Estocolmo, Declaración del Medio Ambiente, Principio 2, del 5 al 16 de junio de 1972, Estocolmo)

Los recursos naturales de la tierra, incluidos el aire, el agua, la tierra, flora y fauna y especialmente muestras representativas de ecosistemas naturales, debe salvaguardar en beneficio de las generaciones presentes y futuras mediante una cuidadosa planificación o gestión, según corresponda.

2.3.2 (Constitución de la República del Ecuador, Título II, Principio de aplicación de los derechos, Art. 14. 20 de octubre de 2008, Ecuador)

Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

2.3.3 (Constitución de la República del Ecuador, Capítulo sexto, Derechos de libertad, Art. 66, 20 de octubre de 2008, Ecuador)

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

27. El derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado, libre de contaminación y en armonía con la naturaleza.

2.3.4 (Constitución de la República del Ecuador, Capítulo noveno, Responsabilidades, 20 de octubre de 2008, Ecuador)

Art. 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

2.3.5 (Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y descentralización, 19 de octubre de 2010, Art 4, Ecuador)

Fines de los gobiernos autónomos descentralizados. – Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable;

2.3.6 (Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización, 19 de octubre de 2010, Art 431, Ecuador)

Art. 431.- De la gestión integral del manejo ambiental. - Los gobiernos autónomos descentralizados de manera concurrente establecerán las normas para la gestión integral del ambiente y de los desechos contaminantes que comprende la preservación, control y sanción de actividades que afecten el mismo.

Si se produjeren actividades contaminantes por parte de actores públicos o privados, el gobierno autónomo descentralizado impondrá los correctivos y sanciones a los infractores sin perjuicio de la responsabilidad civil y penal a que hubiere lugar y pondrán en conocimiento de la autoridad competente el particular, a fin de exigir el derecho de la naturaleza contemplado en la Constitución.

2.3.7 (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial , Políticas públicas territorializadas del componente Biofísico, 24 de mayo 2020- 2023, Santa Elena)

Asegurar un ambiente sano mediante regulaciones, programas, proyectos de remediación ambiental que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes del Cantón.

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo de investigación

La presente investigación se realizó bajo el tipo de investigación básica, “la investigación básica es aquella que intenta crear conocimientos, sin prevalecer su utilidad y aplicación a un corto plazo. Es aquella investigación que pretende satisfacer la necesidad de buscar y conocer más. No obstante, compone el soporte teórico de la investigación aplicada” (Arias ,2017, p. 69). En tal sentido el estudio de los productos audiovisuales radica en que se han convertido en una forma atractiva de captar la atención del espectador y exponer un mensaje.

3.2 Enfoque de investigación

El enfoque empleado es mixto, es decir dentro del proceso de investigación se hará uso de los enfoques cuantitativos y cualitativos para la recolección de la información, según lo menciona Otero (2018), el enfoque mixto “se entiende como la recolección, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que el investigador ha conseguido dentro del proceso investigativo y que además son necesarios para su estudio además estos agruparse para dar respuestas más claras a problemas abordadas” (p. 19). Para la ejecución del estudio se considera necesario emplear el enfoque cualitativo y cuantitativo, de manera que se pueda identificar el impacto que los productos audiovisuales tienen en los ciudadanos y conocer si estos como estrategias de difusión generan la iniciativa de preservación ambiental en la sociedad.

3.3 Diseño de investigación

El diseño bajo el que se regirá la investigación será descriptivo- no experimental, Sánchez, et.al, (2018) mencionan que la investigación descriptiva “intuye el análisis que se exhibe en una investigación descriptiva o en un estudio de enfoque social. Este implica ejecutar caracterizaciones globales y descripciones del contexto, propiedades, partes o del desarrollo presentes dentro de un fenómeno o acontecimiento” (p. 17), este diseño de investigación permitirá que el investigador identifique las características de las variables de estudio como son los productos comunicacionales y las estrategias de difusión.

Con relación a la investigación no experimental, Cabezas, et. al, (2018) manifiesta que “es aquella investigación que se realiza sin manipular las variables, se trata de estudiar el fenómeno de estudio mediante la observación del comportamiento del fenómeno a analizar” (pág. 79). Se pretende conocer como inciden los productos audiovisuales sobre contenido ambiental en la conducta de los ciudadanos del cantón Santa Elena así también como la estudiar la variable denominada estrategias de difusión.

3.4 Métodos de investigación

Los métodos de investigación que se emplearán son el inductivo- deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. Rodríguez & Pérez, (2017) manifiestan que “la inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales” (pág. 10) y el método deductivo según Sánchez, et. al (2018) manifiestan que “el razonamiento deductivo va de lo general a lo particular, de lo abstracto a lo concreto, de la teoría a la práctica. En la mayor parte de los trabajos de investigación se emplean procedimientos hipotéticos deductivos” (pág. 43).

Se establecieron estos métodos de investigación debido a que se analizarán el objeto de estudio desde la observación, es decir los productos audiovisuales que difunde la fundación COASE a través de página de Facebook, estos métodos ayudaran a describir y explicar el impacto que produce el fenómeno de estudio de forma general y específica.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

La técnica a utilizar es la encuesta, (Garay, 2020) menciona que “es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas”. Como instrumento se empleará un cuestionario de 10 preguntas correspondientes a las variables de investigación, con escala de Likert y valoraciones de: Muy en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni en acuerdo ni desacuerdo (3), De acuerdo (4), Muy de acuerdo (5); el instrumento de levantamiento de

información será aplicado en la cuarta semana del mes de enero de manera que se logre obtener información sobre el objeto de estudio establecido.

De la misma forma dentro del proceso investigativo se empleará la técnica de entrevista, (Gallardo, 2017) menciona que “es una técnica direccionada a establecer un diálogo directo que le permite al investigador obtener datos mediante una conversación “cara a cara” (pág. 73). El instrumento que se empleará será una guía de preguntas que constará de 4 preguntas estructuradas en base a variables, dimensiones e indicadores de nuestra investigación, misma que será aplicada a dos expertos dentro del área de la producción audiovisual de manera que se recolecte y contraste la información previamente obtenida.

Por último, se aplicará la técnica de la observación que, según (Monrroy & Nava, 2018) manifiesta que es “la técnica de investigación que facilitará que el investigador obtenga información de manera directa y detallada sobre el objeto de estudio” (pág. 108). El instrumento está estructurado por 10 criterios con los cuales se observará si el contenido audiovisual de la Fundación COASE, difundido a través de su página de Facebook cumple o no son los criterios considerados, en los que se ha establecido la estructuración de un guion, uso del lenguaje audiovisual, herramientas digitales, entre otros, de esta manera se obtendrá un mejor análisis sobre los resultados obtenidos.

3.6 Universo, población y muestra

En esta investigación ha considerado como población a los 15 miembros de Fundación COASE, (Gallardo, 2017) expone “es un conjunto finito o infinito de elementos que comparten características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (pág. 63). De esta población se ha extraído como muestra a 10 miembros de la organización Fundación Conservación Ambiental Santa Elena, según lo indicado por (Gallardo, 2017) “La muestra es un subconjunto de sujetos u objetos representativo y finito que se extrae de la población, seleccionados mediante un método” (pág. 64).

Dentro de la muestra se han establecido criterios de inclusión y exclusión: inclusión, miembros que estén a cargo de la creación y producción de los productos audiovisuales posteados en la página de Facebook de la fundación; exclusión personal administrativo porque a

pesar de formar parte de la organización sus actividades, no poseen relación con el objeto de estudio. Se aplicará un muestreo no probabilístico por conveniencia, es decir, la muestra que se eligen o los elementos no se hacen en base a la probabilidad. (Gallardo, 2017) afirma que “técnica por el cual se extrae de la población y que permitirá obtener información de sus elementos de manera rápida” (pág. 64). De manera que se pueda tener acceso a la muestra y a la información sin inconvenientes.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Procesamiento de la información

Los datos conseguidos en la encuesta se adquirieron de manera virtual mediante un formulario de Google, culminada la encuesta a los 10 miembros de la Fundación COASE, la información fue procesada a través del programa Microsoft Excel, para ello se empleó cuadros de doble columna y se manejó la estadística descriptiva, de manera que se almacenen y ordenen los datos para obtener tablas y gráficos estadísticos. Se seleccionó el uso del diseño de gráfico en forma de pastel para obtener una representación porcentual de los resultados. Posterior a ello, los datos adquiridos fueron analizados e interpretados.

La obtención de los resultados de la entrevista se efectuó mediante la aplicación de WhatsApp, se envió un documento para realizar una entrevista virtual a dos especialistas en el tema, los cuales contestaron a cuatro interrogantes relacionados a la temática de investigación. La tabulación de los resultados se realizó a través de un cuadro de doble entrada en las cuales se detalló: nombre de los entrevistados y título profesional, las preguntas realizadas a los especialistas, un análisis general de las respuestas de los entrevistados y en observación al autor que defendía la idea de los mismos.

Con respecto a los datos obtenidos mediante la implementación de una ficha de observación, se realizó el análisis de los productos audiovisuales que difunde la Fundación COASE a través de su página de Facebook, mediante 10 criterios importantes en la creación de audiovisuales, se procedió a tabular los datos en un cuadro de doble entrada en la que se especifican los criterios a evaluar, el tipo de contenido y el cumplimiento o no de los mismos.

4.2 Análisis e interpretación

A continuación, se evidencian los resultados de la encuesta realizada a los 10 miembros de la Fundación COASE, los datos obtenidos por medio de un cuestionario con escala de Likert, serán cuantificados y posteriormente analizados por el investigador.

Tabla 1

Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	10%
De acuerdo	4	40%
Muy de acuerdo	5	50%
Total	10	100

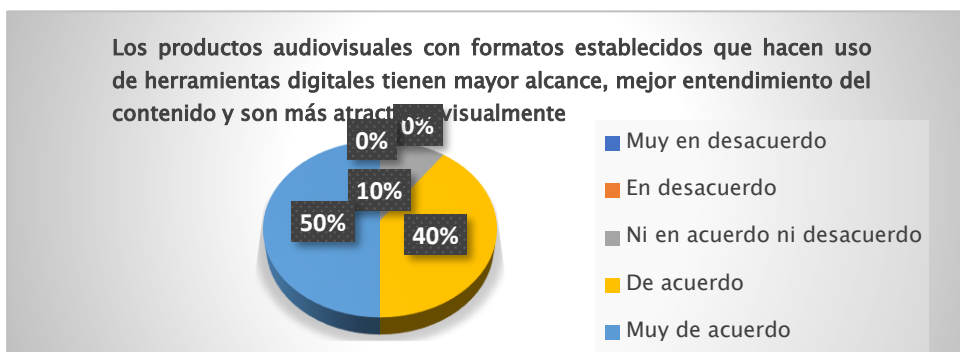
Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE

Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

Figura 1

Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaboración propia, 2022

Análisis e interpretación

Los miembros de la Fundación COASE respondieron a la encuesta muy en desacuerdo (0) que corresponde al 0% en desacuerdo (0) que equivale a 0% ni en acuerdo ni desacuerdo (1) que 10% de acuerdo (4) que representa el 40% y muy de acuerdo (5) 50%. En relación a la pregunta los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente.

Tabla 2

Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	1	10%
De acuerdo	6	60%
Muy de acuerdo	3	30%
Total	10	100%

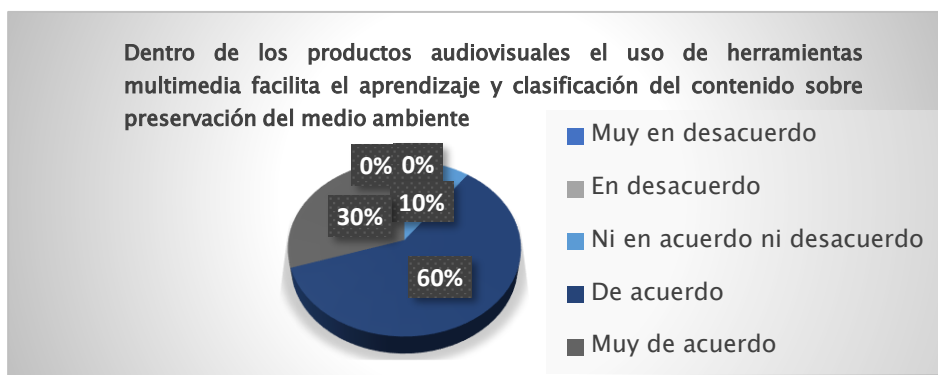
Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE

Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

Figura 2

Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaboración propia, 2022

Análisis e interpretación

Los miembros de la Fundación COASE respondieron a la encuesta que muy en desacuerdo (0) que corresponde al 0% en desacuerdo (0) que equivale a 0% ni en acuerdo ni desacuerdo (1) que representa el 10% de acuerdo (6) 60% y muy de acuerdo (3) 30%. En relación a la pregunta dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente.

Tabla 3

Las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	0	0%
De acuerdo	3	30%
Muy de acuerdo	7	70%
Total	10	100%

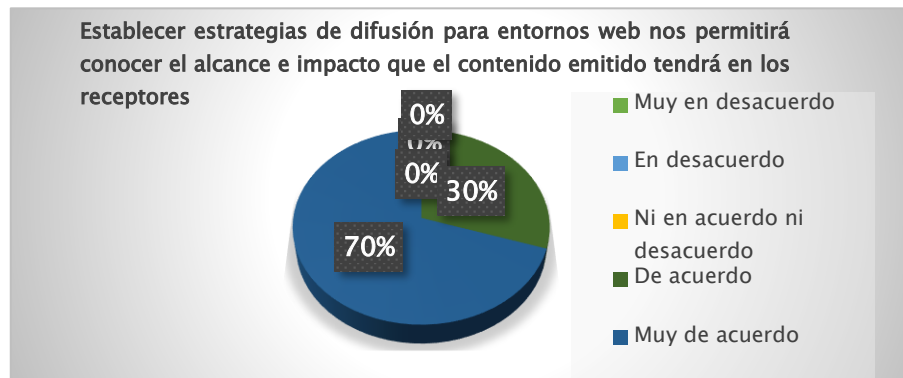
Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE

Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

Figura 3

Establecer estrategias de difusión para entornos web nos permitirá conocer el alcance e impacto que el contenido emitido tendrá en los receptores



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaboración propia, 2022

Análisis e interpretación

Los miembros de la Fundación COASE respondieron a la encuesta que muy en desacuerdo (0) que equivale al 0% en desacuerdo (0) que representa el 0% ni en acuerdo ni desacuerdo (0) que es 0% de acuerdo (3) 30% muy de acuerdo (7) que corresponde al 70%. En relación a la pregunta las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información.

Tabla 4

Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales

Escala	Frecuencia	Porcentaje
Muy en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni en acuerdo ni desacuerdo	2	20%
De acuerdo	1	10%
Muy de acuerdo	7	70%
Total	10	100%

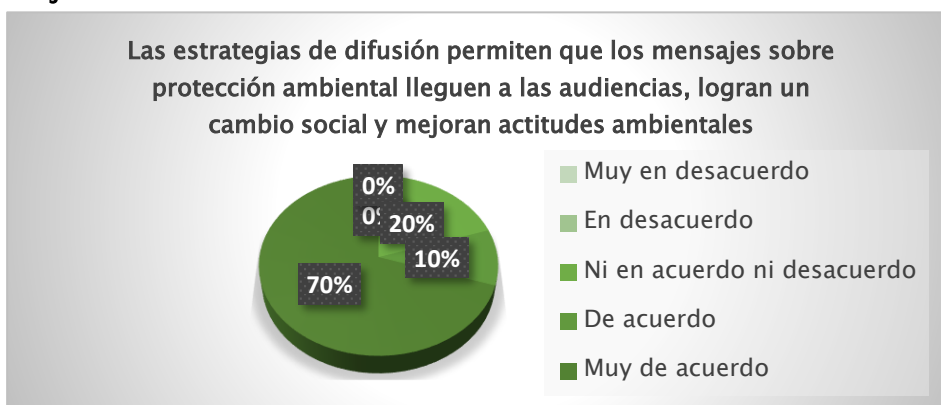
Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE

Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

Figura 4

Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales



Fuente: Tabla de frecuencia

Elaboración propia, 2022

Análisis e interpretación

Los miembros de la Fundación COASE respondieron a la encuesta que muy en desacuerdo (0) que equivale al 0% en desacuerdo (0) que representa el 0% ni en acuerdo ni desacuerdo (2) que es 20% de acuerdo (1) 10% muy de acuerdo (7) que corresponde al 70%. En relación a la pregunta las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales.

4.3 Análisis Cualitativo: Entrevista

El segundo instrumento de recolección de datos empleado fue una guía de 4 preguntas, dirigida a el Lcdo. Elvin Lindao y Lcdo. Geovanny Suárez expertos en el campo de la producción audiovisual. Los datos obtenidos permitieron contrastar los resultados previamente obtenidos en las encuestas.

Tabla 5
Análisis de resultados de guía de preguntas a expertos

Entrevistador: Viñan Lino Mariana Estefania Entrevistados: Elvin Lindao Suárez, Lcdo. en Comunicación y Magister en Comunicación Geovanny Suárez, Lcdo. en Comunicación		
Preguntas	Análisis	Observación
Variable independiente		
¿Los contenidos transmitidos mediante productos audiovisuales para lograr ser captados por los receptores deben seguir formatos y emplear programas de diseño gráfico?	Los entrevistados sostienen que para que un producto audiovisual logre tener mayor impacto este debe seguir un formato establecido y emplear recursos de diseño gráfico que provoquen que el contenido audiovisual que se crea sea más atractivo para la audiencia de esta manera se tendrá su atención y se interesarán por el mensaje difundido.	Chancusing, et. al, (2017), concuerda con nuestros entrevistados en que la implementación de herramientas y uso de elementos dentro de los productos audiovisuales que se difunden logran influir dentro de nuestros receptores, además que el contenido sea atractivo y permita mayor retención y entendimiento de la información o mensaje que se desea transmitir.
¿Los productos audiovisuales, emplean un lenguaje audiovisual debido a que es uno de los elementos narrativos audiovisuales que nos permite mantener una comunicación activa?	Con relación al uso de lenguaje audiovisual en los productos, los entrevistados coinciden en que es un recurso que facilita la comprensión y análisis del contenido emitido, así como también permite conocer lo establecido	Esta misma idea es compartida por Aguirre (2020), quien manifiesta que el lenguaje audiovisual como elemento importante dentro de los productos audiovisuales permite una

problemas desde una comunicación activa debido perspectiva más realista que esta hace uso de implementando múltiple símbolos que facilitan que el lenguajes y haciendo uso de emisor y el receptor se los sentidos de manera que se establezca un vínculo mensaje sea descifrado comunicativo y mayor consiga mayor difusión. comprensión del mensaje.

Variable dependiente

¿Los entornos webs permiten ampliar los espacios de difusión de información si se hace un buen uso de estrategias de difusión?

Los entrevistados mencionan que en la actualidad nos encontramos en un mundo globalizado donde los entornos webs han ganado protagonismo, es por ello que a través de estos espacios los productos audiovisuales publicados por diversas entidades y que usan estrategias de difusión idóneas logran ganar mucho más relevancia y mayor impacto en los receptores.

De igual manera Yamuremye et. al. (2021) manifiesta que efectivamente la web se ha convertido en ese medio donde la difusión y circulación de información es más evidente, a través de ella los internautas pueden obtener diversos tipos de contenidos de manera rápida y de forma interactiva lo que facilita que los receptores que navegan por las diversas redes visualicen nuestro producto y capten el mensaje que se desea transmitir.

¿El feedback es producto de la implementación de estrategias de difusión, con la que además se puede establecer una valoración de reacciones ante problemas expuestos?

Respecto al feedback como forma para conocer opiniones y valoraciones ante problemáticas expuestas, los entrevistados argumentan que nos permitirá conocer el comportamiento de la ciudadanía con relación a los problemas ambientales presentes en el cantón, además de establecer una relación e interactuar con

Con respecto al feedback como forma para conocer opiniones y valoraciones de los receptores Sánchez, et. al, (2019), determina que a través de ella se puede conocer el comportamiento de los receptores e intercambio de opiniones siempre y cuando estos se encuentren dentro del mismo contexto de manera que se consiga entablar un

la audiencia a fin de proceso comunicativo entre establecer nuevas o los involucrado. mejores estrategias de difusión para que el contenido del producto sea más claro.

Fuente: Elvin Lindao Suárez & Geovanny Suárez

Elaborado por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

4.4 Análisis cualitativo: Observación

El tercer instrumento de recolección de datos aplicado fue una ficha de observación donde se consideraron 10 criterios en los cuales se evaluaron si la Fundación COASE cumple o no con los criterios para la elaboración de un producto audiovisual, misma que permitirá contrastar los resultados obtenidos con los dos instrumentos anteriormente mencionados.

Tabla 6

Análisis de resultados de la ficha de observación

Técnica: Observación

Instrumento: Lista de cotejo

Institución: Fundación COASE

Plataforma: Facebook

Tipo de contenido: Multimedia

Criterios	Cumple	No cumple	Análisis
Productos audiovisuales			
Emplea un guion y formato claro y bien estructurado para la creación de los audiovisuales		X	Los contenidos audiovisuales publicados en la página de Facebook, no emplean un guion para su elaboración pues estos productos se elaboran de manera espontánea y en su mayoría los productos audiovisuales publicados son enviados por sus seguidores.
Se identifica el uso de los elementos visuales y sonoros	X		Se ha evidenciado dentro de sus productos el uso de elementos visuales como fotografías,

		efectos, texto, videos, además de elementos como voz en off que permiten la comprensión del audiovisual.
El audiovisual emplea el manejo de planos y movimiento de cámara	X	A pesar de manejar planos y movimientos de cámara se debe mencionar que estos no son ejecutados de una manera correcta, a pesar de ello se evidencio el uso del zoom, panorámica desplazamientos de cámara hacia abajo y arriba.
Se manejan correctamente la iluminación y los colores dentro del producto audiovisual	X	Como sabemos la iluminación y los colores son elementos importantes dentro de la construcción de un audiovisual, mediante nuestro análisis se observó que los productos audiovisuales no emplean correctamente el uso de la iluminación y colores en varios de sus audiovisuales.
La información se presenta de forma organizada, bien estructurada y clara	X	Mediante lo observado se establecido que los audiovisuales no cumplen con la presentación de información de forma estructura y ordenada, también es evidente que en algunos de los audiovisuales la información es difícil de entender.
Estrategias de difusión		
Emplea herramientas digitales para la creación de sus productos	X	Entre las herramientas digitales que se lograron identificar fueron Video show InShot y TikTok, herramientas digitales de edición básica las cuales usan para crear contenido

		en base a imágenes, efectos visuales y texto, y sonido.
Logra el objetivo de mostrar el mensaje que se desea transmitir	X	Los productos si transmiten el mensaje de cuidado ambiental que la organización pretende difundir a la ciudadanía.
Dentro del contenido presenta información actual relacionada a la problemática que aborda el tema y aportes para su solución	X	Los audiovisuales de la fundación si presenta información relacionada al tema abordado y formas de solución que los ciudadanos pueden poner en práctica para la preservación ambiental.
Las estrategias empleadas logran generar reacciones en las audiencias	X	Se evidencio que las estrategias empleadas por la organización si generan reacciones en las audiencias eso se pudo visualizar a través de sus like, comentarios y las veces que el contenido fue compartido por sus seguidores.
Las estrategias aplicadas son innovadoras, motivan e inducen al espectador a crear un cambio social	X	A pesar de no ejecutar correctamente la estrategia de difusión de productos audiovisuales podemos mencionar que su contenido en redes sociales induce en el espectador a crear un cambio social relacionado al cuidado ambiente, esto debido a que la mayor parte de sus productos muestran las actividades de cuidado ambiental que la organización realiza.

Fuente: Pagina de Facebook

Elaborado por: Viñan Lino Mariana Estefania

Fecha: 2022

4.5 Discusión de resultados

Posterior a los resultados obtenidos, se ha identificado que los productos audiovisuales como medios para difundir contenido adaptado al contexto y medio de difusión son eficaces y poseen mayor impacto en la audiencia, mediante la aplicación del instrumento de la entrevista compuesta por 4 interrogantes a dos expertos dentro del área de estudio y una encuesta de 10 preguntas a los miembros de la Fundación COASE, para conocer su perspectiva, se evidenció que el porcentaje más alto, alcanzo un 70% el cual indica que es posible ampliar los espacios de difusión a través de los diferentes entornos webs que se utilicen, además que, las correctas estrategias de difusión se puede lograr generar un cambio social y mejorar actitudes ambientales en los ciudadanos, por otra parte el porcentaje menor alcanzo un 0% mismo que corresponde a la escala muy en desacuerdo.

Con relación a la evaluación de la eficiencia de los resultados cuantitativos que se obtuvo a través de la técnica e instrumentos empleados, se determinó lo siguiente: los instrumentos aplicados han permitido conocer objetivamente lo que sucede en torno a la temática expuesta, además se evidenció que los resultados que el investigador logro obtener responden de forma positiva al trabajo investigativo, lo que permite evidenciar la relación entre fundamentos teóricos, objetivos y variables establecidas.

Respecto a los resultados de la pregunta 1, ¿los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente?, se obtuvo los siguientes datos: Ni en acuerdo ni desacuerdo 10%, De acuerdo 40% y Muy de acuerdo 50%. En relación al criterio de (Baque & Morales, 2021), coinciden en que el uso de herramientas digitales para la creación de productos audiovisuales, tiene mayor recepción en las audiencias por tanto su alcance es mayor debido a que uso herramientas online que potencian el contenido visual volviéndolo interesante ante el espectador.

La pregunta 2, ¿dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente?, los datos recolectados fueron: Ni en acuerdo ni desacuerdo 10%, De acuerdo 60% y Muy de acuerdo

30%. Como lo sustenta Chancusig et. al, (2017), que la implementación de los diversos elementos audiovisuales y multimedias en los que el ser humano involucra sus sentidos mejora el proceso de aprendizaje y potencia aspectos de los aprendices.

La pregunta 3 que corresponde a, ¿las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información?, reflejo los siguientes resultados: De acuerdo 30% y Muy de acuerdo 70%. Iyamuremye et. al. (2021), determinan que el uso de entornos webs son idóneos para la difusión de contenidos, debido a que son espacios de interacción que permiten que el mensaje llegue a una mayor audiencia debido a que es de gran alcance.

La pregunta 4 que corresponde a, ¿las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales?, reflejo los siguientes resultados: Ni en acuerdo ni desacuerdo 20%, De acuerdo 10%, Muy de acuerdo 70%. (Zambrano, 2021), manifiesta que emplear estrategias de difusión es indispensable para generar un desarrollo en el cambio social, debido que estas implican la participación de la ciudadanía lo que facilita que el mensaje llegue de forma directa y sea entendido.

En relación a los resultados cualitativos obtenidos a través del instrumento de la entrevista aplicada a dos especialistas dentro del área de la comunicación se obtuvieron los siguientes resultados.

Referente a la pregunta 1 de la entrevista, los entrevistados sostienen que un producto audiovisual debe seguir un formato establecido y emplear recursos de diseño gráfico que provoquen que el contenido audiovisual que se crea sea más atractivo para la audiencia. Chancusing, et. al, (2017), concuerda con nuestros entrevistados en que la implementación de herramientas y uso de elementos dentro de los productos audiovisuales que se difunden logran influir dentro de nuestros receptores.

Respecto a la segunda pregunta, los entrevistados coinciden en que es un recurso que facilita la comprensión y análisis del contenido emitido, así como también permite conocer los problemas

desde una perspectiva más realista. Aguirre (2020), el lenguaje audiovisual permite establecer una comunicación activa debido a que facilitan que el emisor y el receptor se establezca un vínculo comunicativo.

A la pregunta 3 de nuestra entrevista respondieron que entornos webs han ganado protagonismo y que los productos audiovisuales publicados logran ganar mucho más relevancia y mayor impacto en los receptores. Iyamuremye et. al. (2021) manifiesta que efectivamente la web se ha convertido en un medio de difusión donde internautas pueden obtener diversos tipos de contenidos de manera rápida y de forma interactiva.

Finalmente, a la cuarta pregunta los entrevistados respondieron que el feedback nos permite conocer el comportamiento de la ciudadanía con relación a los problemas ambientales presentes en el cantón, además de establecer una relación e interactuar con la audiencia. Sánchez, et. al, (2019), determina que a través de ella se puede conocer el comportamiento de los receptores e intercambio de opiniones.

Los resultados obtenidos del instrumento de la ficha de observación demostraron que a pesar de considerar al guion como una herramienta fundamental dentro de la producción audiovisual que nos sirve de base para tener una idea clara de lo que se va transmitir, no ha sido una herramienta considerada por la organización para la creación de sus contenidos audiovisuales pues estos lo elaboran de manera espontánea y en su mayoría los productos audiovisuales publicados son enviados por sus seguidores.

Además, se evidencio el uso de visuales y sonoros como fotografías, efectos visuales, texto, videos, voz en off que le permiten a la audiencia la comprensión del contenido audiovisual que se está transmitiendo. Para ello también hace uso de diversas herramientas digitales entre las cuales se ha logrado identificar a las aplicaciones Video show, InShot y TikTok, herramientas de edición básica que permiten que cualquier persona pueda crear contenido audiovisual en base a imágenes, efectos visuales, texto, y sonido, pues la fundación COASE no cuenta con un profesional dentro del área de la comunicación y producción audiovisual que maneje herramientas digitales profesionales.

Las estrategias empleadas por la institución logran generar reacciones en las audiencias y esto se pudo evidenciar mediante los like, comentarios y las veces en que el contenido ha sido compartido, además de observar que la pagina ha sido recomendada por sus seguidores.

A pesar de no ejecutar correctamente la estrategia de difusión de productos audiovisuales se menciona que su contenido en redes sociales induce en el espectador a crear un cambio social relacionado al cuidado ambiente, esto debido a que la mayor parte de sus productos muestran las actividades de cuidado ambiental que la organización realiza, como capacitaciones, limpieza de playas, reuniones con autoridades en beneficio al cuidado ambiental.

5. CONCLUSIONES:

- La investigación realizada en la Fundación COASE, ha demostrado que los productos audiovisuales implementados como estrategias de difusión generan un gran impacto dentro de las audiencias por lo que es pertinente su uso dentro del área ambiental, de esta manera se conseguirá que a través de los contenidos que se transmiten la ciudadanía genere conciencia y procurará que la sociedad preserve el medio ambiente.
- Del mismo modo se ha establecido que la producción audiovisual como estrategia dentro del área ambiental como recurso para difundir problemáticas relacionadas y generar una cultura ambiental es efectivo, pues a través de ellos se exponen los temas y el mensaje de manera clara y de forma innovadora lo que permite captar la atención del espectador fácilmente.
- Conociendo que la producción audiovisual como estrategia de difusión es idóneo, se resalta su implementación por parte de la Fundación COASE, como recurso para exponer problemáticas y mostrar las actividades que esta realiza, por otra parte, no es la única estrategia que la institución emplea pues hace uso de flyers, infografías e invitaciones de actividades realizadas en pro al cuidado ambiental mismas que son publicadas en su Fanpage.
- Por otra parte, mediante la investigación se identificó que la Fundación COASE, emplea el uso del lenguaje audiovisual dentro de la creación de productos audiovisuales, pero estos en ciertos productos no es correctamente empleado, pues se identificó la falta de estética en algunos productos con relación a colores, iluminación, manejo de cámaras y planos.
- Finalmente se concluye mencionado que mediante esta investigación se ha determinado que la producción audiovisual como estrategia de difusión es efectiva debido a que durante el estudio se obtuvieron resultados favorables por parte de encuestados y especialistas quienes manifiestan la relevancia de los audiovisuales para generar contenidos ambiental eficaces que lleguen a las audiencias, debido a que la trasmisión de información es más fácil.

6. RECOMENDACIONES:

- Debido al impacto que poseen los contenidos audiovisuales se recomienda que la fundación genere productos audiovisuales en los cuales dé a conocer los proyectos y actividades que realiza con la ciudadanía en beneficio a la preservación del ambiente, además que uso ese recurso para captar más audiencia que colabore y se sume a sus actividades.
- Por tanto, es necesario que la organización potencie la producción de contenido audiovisual y lo establezca como una estrategia fundamental para llegar a la audiencia y generar una cultura ambiental, debido a que son contenidos que se difunden de forma masiva e innovadores para transmitir un mensaje y captar la atención de los ciudadanos.
- Por otra parte, se sugiere que la fundación a través de su Fanpage, publique constantemente las actividades que se realizarán haciendo uso de las diferentes estrategias de difusión que maneja como son los flyers, infografías e invitaciones, en los cuales den a conocer los proyectos en los cuales está trabajando, de manera que la pagina no quede inactiva.
- Además, se recomienda que la fundación emplee correctamente el uso del lenguaje audiovisual dentro de los productos audiovisuales, es decir que las imágenes, efectos, texto, elementos visuales y sonoros sean los indicados y tengan relación con lo que se quiere mostrar, además de mejorar la calidad, resolución y escoger el correcto formato con el que se trabajará de manera que el producto tenga armonía.
- Finalmente se propone que la fundación indague sobre la correcta elaboración de productos audiovisuales de manera que pueda emplear de manera favorable elementos que vuelvan enriquecedor el contenido de manera que la información llegue y logre ser captada por la audiencia de forma clara y sencilla.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, A. (2020). *Repositorio Universidad del Azuay*. Obtenido de Repositorio Universidad del Azuay: <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/9891/1/15521.pdf>
- Antezana, C. (2017). las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de cochabamba. 30.
- Arízaga Barthelotti, N. (25 de Abril de 2017). *Desarrollo de una producción audiovisual de concienciación ambiental para el refugio de vida silvestre Pasochoa, dirigido a escolares de la Unidad Educativa Thomas Jefferson*. Obtenido de Repositorio UTE.
- Baque, A., & Morales, J. (2021). Producción de contenidos audiovisuales para la formación de usuarios: Caso. *Informática y Sistemas. Revista de Tecnologías de la Informática y las Telecomunicaciones*, 38.
- Becerra, S., Álvarez, W., & Rodríguez, A. (2019). Competencias comunicativas para la vida a través del uso de la multimedia. *Revista Espacios*, 5. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/338685202_Competencias_comunicativas_para_la_vida_a_traves_del_uso_de_la_multimedia
- Cabezas , E., Andrade, D., & Torres , J. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Sangolquí.
- Cambra , I., & Mastandrea, P. (2020). Ética en la universidad: una experiencia formativa a partir de la serie Merlí. *Revista Colombiana de Bioética*, 14.
- Chancusig, J., Flores, G., Venegas, G., Cadena, J., Guaypatin, O., & Izurita, E. (22 de Abril de 2017). *Revista Redipe*. Obtenido de Revista Redipe: <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/229/226>
- Código Orgánico de Organización Territorial, Auton. (2010). *Titulo I, Principios Generales*. Art. 4.
- Código Orgánico Organización Territorial Autonomía. (2010). *Sección cuarta, Reglas Especiales Relativas a los Bienes de Uso Público y Afectados al Servicio Público*. Art. 431.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Capítulo noveno, Responsabilidades*. Art. 83.
- Constitución de la Republica del Ecuador. (2008). *Capítulo sexto, Derechos de libertad*. Art. 66.
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Titulo II, Principio de aplicación de los derechos*. Art. 14.
- De La Sablonnière, R. (2017). Toward a Psychology of Social Change: A Typology of Social Change. *Frontiers in Psychology*, 11.

- Declaración de Estocolmo, Declaración del Medio A. (1972). *Directrices y Principios de Derecho Ambiental*. Principio 2.
- Fernández, A. (2019). *RiuNet Repositorio UPV*. Obtenido de RiuNet Repositorio UPV: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/125194/Fern%C3%A1ndez%20-%20YouTube%20como%20plataforma%20de%20contenido%20y%20soporte%20publicitario.%20An%C3%A1lisis%20de%20los%20youtuber....pdf?sequence=2>
- Gallardo, E. (junio de 2017). *Repositorio Continental*. Obtenido de Repositorio Continental: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Garay, C. (27 de Junio de 2020). Obtenido de <https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020-07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf>
- Giraudier, M. (07 de Diciembre de 2020). *Dialnet*. Obtenido de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7897677.pdf>
- Hernández, M., & Mendoza. (2017). Las redes sociales como herramienta educativa a través de la producción científica. *Revista General de Información y Documentación*, 244.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la social cuantitativa*. Creative Commons.
- Marrero, M., Paz, L., Hernández, E., & Martínez, Y. (2019). 167Cuad. Doc. Multimed. 30 (2019): 167-194 Instrumento para diagnosticar el procesamiento de información audiovisual en las televisoras locales. *Revistas Científicas Complutenses*, 169.
- Mastantuono, L. (2017). Tendencias hacia un cine medioambiental. *Universidad de Palermo- Diseño y Comunicación*. Obtenido de Universidad de Palermo.
- Mesa, M. C., & Restrepo, L. P. (2020). |50|El cambio social como resultado de innovación social mediante metodologías participativas: una revisión bibliométrica. *El Ágora USB Revista de Ciencias Sociales*, 53. Obtenido de <https://revistas.usb.edu.co/index.php/Agora/article/view/3864/3566>
- Monrroy, M. d., & Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México : Grupo Editorial Éxodo.
- Ortiz, M. (Febrero de 2018). *Repositorio de la Universidad de Alicante*. Obtenido de Repositorio de la Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73827/1/2018_Ortiz_Produccion-y-realizacion-en-medios-audiovisuales.pdf
- Otero, A. (2018). *ResearchGate*. Obtenido de ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION

- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial . (2020- 2023). *Políticas públicas territorializadas del componente Biofísico*. Cantón Santa Elena.
- Rajas , M., Puebla- Martínez, B., & Baños, M. (Marzo de 2017). *Profesional de la Información*. Obtenido de Profesional de la Información:
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.mar.09/38953>
- Sánchez, A., Muñoz, J., & Ion, G. (2019). Diseño y Validación de un Cuestionario de Percepción del Aprendizaje a través. *Scielo*, 11.
- Sánchez, H., Reyes, C., & Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica tecnológica y humanística*. Lima- Perú. Obtenido de
<https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Solórzano, A. (19 de Marzo de 2020). *Repositorio de la UNACH*. Obtenido de Repositorio de la UNACH:
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7461/1/6.%20TESIS%20Sol%c3%b3rzano%20Guerrero%20Annabell%20Margarita-CSC.pdf>
- Trindade, V. (2016). Entrevistando en investigación cualitativa y los imprevistos . En S. P.-C. Inés, *Técnicas y Estrategias en la Investigación Cualitativa* (pág. 19). Editorial de la Universidad de La Plata.
- Zambrano, M. (2021). *Repositorio de Universidad Privada Antenor Orrego*. Obtenido de Estrategia de comunicación para el cambio social en la prevención del embarazo.

8. ANEXOS:

ANEXO 1: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 7

Matriz de operacionalización de variables

TEMA /TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Medios de producción audiovisual como estrategias de difusión para preservación del medio ambiente en Fundación COASE,	Producción audiovisual	La producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine la televisión o redes sociales. (Aguirre, 2020)	La producción audiovisual es el arte de crear un producto tomando en cuenta el formato, herramientas multimedia y el lenguaje audiovisual que será empleado en medios de comunicación audiovisuales, como el cine la	Formatos Herramientas multimedia	-Tipos -Estructura y proceso -Programas de diseño gráfico -Clasificación -Tipos -Función	Ordinal Escala de Likert

cantón Santa Elena, 2021			televisión o redes sociales.	Lenguaje audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> - Elementos narrativos audiovisuales -Mensaje o contenido -Semántica 	
	Estrategias de difusión	Método o conjunto de métodos que sigue el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación para el mejor logro de los	Método o conjunto de métodos que sigue el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación a través de los entornos webs hacia lograr un cambio social y	<ul style="list-style-type: none"> Entornos web Cambio social 	<ul style="list-style-type: none"> -Espacios de difusión -Estructura -Alcance e impacto -Comportamiento ante problemas ambientales -Actitudes -Compromiso 	

		objetivos asignados. (Solórzano, 2020)	un feedback para el mejor logro de los objetivos asignados	Feedback	-Participación de los involucrados -Valoración de reacciones -Manifestación de opiniones	
--	--	--	--	----------	--	--

ANEXO 2: MATRIZ DE VALIDACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

Tabla 8
Matriz de validación de contenido por juicio de expertos

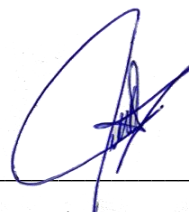
TITULO:	Impacto de los productos audiovisuales como estrategias de difusión para preservación del medio ambiente caso Fundación COASE, Cantón Santa Elena, 2021
AUTORA:	VINAN LINO MARIANA ESTEFANIA

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA					CRITERIOS DE EVALUCIÓN Relación entre:								OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo	VARIABLE Y DIMENSIÓN		DIMENSIÓN E INDICADOR		INDICADOR E ITEMS		ITEMS Y OPCIÓN DE RESPUESTA		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Variable Independiente: Productos audiovisuales	Formatos	Estructuras y procesos	Los productos audiovisuales necesitan determinar formatos, estructuras y procesos de manera que se adapten al contexto y área de comunicación que serán aplicados.						X		X		X		X		
		Uso de herramientas	Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor						X		X		X		X		

			alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente															
	Herramientas multimedia	Clasificación	Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente						X		X		X		X			
		Función	Los productos audiovisuales y las herramientas multimedia empleadas por los medios de comunicación son efectivos para concientizar a la ciudadanía sobre la información difundida						X		X		X		X			
	Lenguaje audiovisual	Recursos	Como parte de los productos audiovisuales, el lenguaje audiovisual es importante debido a que es uno de los recursos que nos permite mantener una comunicación activa						X		X		X		X			
Variable Dependiente: Estrategias de difusión		Espacios de difusión	Las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información						X		X		X		X			
	Entorno web	Alcance e impacto	Establecer estrategias de difusión para entornos web permite conocer el alcance e impacto que el contenido emitido tendrá en la audiencia						X		X		X		X			
	Cambio social	Comportamiento ante problemas	Con las estrategias de difusión se genera un cambio social en los ciudadanos y la incidencia en el						X		X		X		X			

	ambientales	comportamiento que estos tienen ante problemas ambientales															
	Actitudes	Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales						X		X		X		X			
Feedback	Valoración de reacciones	Con las estrategias de difusión se obtiene un mejor feedback y se puede establecer una valoración de reacciones ante los problemas expuestos						X		X		X		X			

Fecha, Santa Elena, 07 de julio de 2022



Lcdo. Gonzalo Javier Vera Vera, Mgtr

C.I. N° 0928816107

ANEXO 3: FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO

Tabla 9

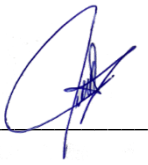
Ficha de evaluación del instrumento

Nombre del instrumento: Cuestionario : Comprensión Crítico Valorativa

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 – 20				Regular 21 – 40				Buena 41 – 60				Muy Buena 61 – 80				Excelente 81 – 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACIÓN		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																		90			
2. Objetividad	Expresa conductas observables																			95		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico																			95		
4. Organización	Organización lógica entre sus ítems																				100	
5. Suficiencia	Comprende los aspectos																				97	

	necesarios																					
6.Intencionalidad	Valorar las dimensiones del tema																				96	
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos																				95	
8.Coherencia	Relación en variables e indicadores																				100	
9.Metodología	Adecuada y responde a la investigación																				100	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el **EXPERTO EVALUADOR** evalúe la pertinencia, eficacia del instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

<p>Santa Elena, 12 de Enero de 2022</p> <p>Lcdo.: Lcdo. Gonzalo Javier vera Vera, Mgtr</p> <p>C.I.: 0928816107</p> <p>Teléfono: 0991022182</p> <p>E-mail: gonzaloveravera@upse.edu.ec</p>	<p>PROMEDIO:</p> <p>Firma: </p>
--	---

ANEXO 4: INSTRUMENTOS- ENCUESTA

Técnica: encuesta con escala de Likert

Instrumento: cuestionario de preguntas - Productos audiovisuales

Tema: Impacto de los productos audiovisuales como estrategias de difusión para preservación del medio ambiente caso Fundación COASE, Cantón Santa Elena, 2021

Objetivo. Levantar información sobre los productos audiovisuales para generar estrategias de difusión

Escala. Muy en desacuerdo 1, en desacuerdo 2, ni en acuerdo ni desacuerdo 3, de acuerdo 4, muy de acuerdo 5

Variable Independiente: Productos audiovisuales		1	2	3	4	5
1	Los productos audiovisuales necesitan determinar formatos, estructuras y procesos de manera que se adapten al contexto y área de comunicación que serán aplicados.					
2	Los productos audiovisuales con formatos establecidos que hacen uso de herramientas digitales tienen mayor alcance, mejor entendimiento del contenido y son más atractivos visualmente					
3	Dentro de los productos audiovisuales el uso de herramientas multimedia facilita el aprendizaje y clasificación del contenido sobre preservación del medio ambiente					
4	Los productos audiovisuales y las herramientas multimedia empleadas por los medios de comunicación son efectivos para concientizar a la ciudadanía sobre la información difundida.					
5	Como parte de los productos audiovisuales, el lenguaje audiovisual es importante debido a que es uno de los recursos que nos permite mantener una comunicación activa					
Variable dependiente: Estrategias de difusión						
6	Las estrategias de difusión empleadas en los diferentes entornos web permiten ampliar los espacios de difusión de información					
7	Establecer estrategias de difusión para entornos web permite conocer el alcance e impacto que el contenido emitido tendrá en la audiencia					
8	Con las estrategias de difusión se genera un cambio social en los ciudadanos y la incidencia en el comportamiento que estos tienen ante problemas ambientales					

9	Las estrategias de difusión permiten que los mensajes sobre protección ambiental lleguen a las audiencias, logran un cambio social y mejoran actitudes ambientales					
10	Con las estrategias de difusión se obtiene un mejor feedback y se puede establecer una valoración de reacciones ante los problemas expuestos					

ANEXO 5: INSTRUMENTO- ENTREVISTA

Entrevistados:

Cargo:

Especialidad:

Entrevistador:

Preguntas	Análisis	Observación
Variable independiente		
¿Los contenidos transmitidos mediante productos audiovisuales para lograr ser captados por los receptores deben seguir formatos y emplear programas de diseño gráfico?		
¿Los productos audiovisuales, emplean un lenguaje audiovisual debido a que es uno de los elementos narrativos audiovisuales que nos permite mantener una comunicación activa?		
Variable dependiente		
¿Los entornos webs permiten ampliar los espacios de difusión de información si se hace un buen uso de estrategias de difusión?		
¿El feedback es producto de la implementación de estrategias de difusión, con la que además se puede		

establecer una valoración de reacciones ante problemas expuestos?

ANEXO 6: INSTRUMENTO- FICHA DE OBSERVACIÓN

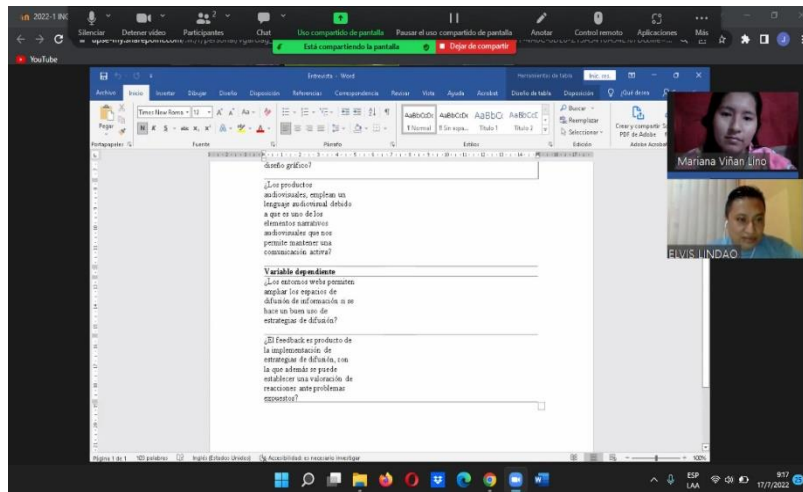
Institución: Fundación COASE
Plataforma:

Fecha:
Tipo de contenido:

Crterios	Cumple	No cumple
Emplea un guion y formato claro y bien estructurado para la creación de los audiovisuales		
Se identifica el uso de los elementos visuales y sonoros		
El audiovisual emplea el manejo de planos y movimiento de cámara		
Se manejan correctamente la iluminación y los colores dentro del producto audiovisual		
La información se presenta de forma organizada, bien estructurada y clara		
Emplea herramientas digitales para la creación del producto audiovisual		
El audiovisual logra el objetivo de mostrar el mensaje que se desea transmitir.		
Dentro del contenido presenta información actual relacionada a la problemática que aborda el tema y aportes para su solución		
El audiovisual logra generar reacciones en las audiencias.		
El producto audiovisual es innovador, motiva e induce al espectador a crear un cambio social		

ANEXO 7: ENTEVISTA A EXPERTOS:

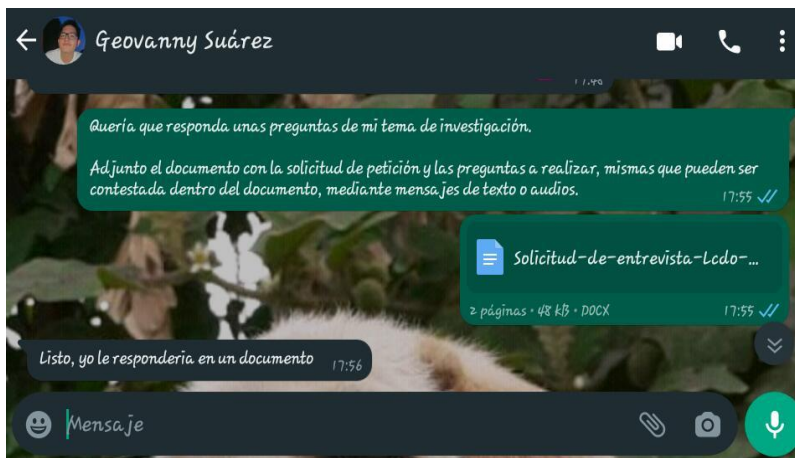
Figura 5
Entrevista a experto Lcdo, Elvis Lindao, Mgt.



Fuente: Lcdo, Elvis Lindao, Mgt.

Año: 2022

Figura 6
Entrevista a experto Lcdo, Geovanny Suárez



Fuente: Lcdo, Geovanny Suárez

Año: 2022

ANEXO 8: ENCUESTAS

Figura 7
Encuesta a través de Google Forms



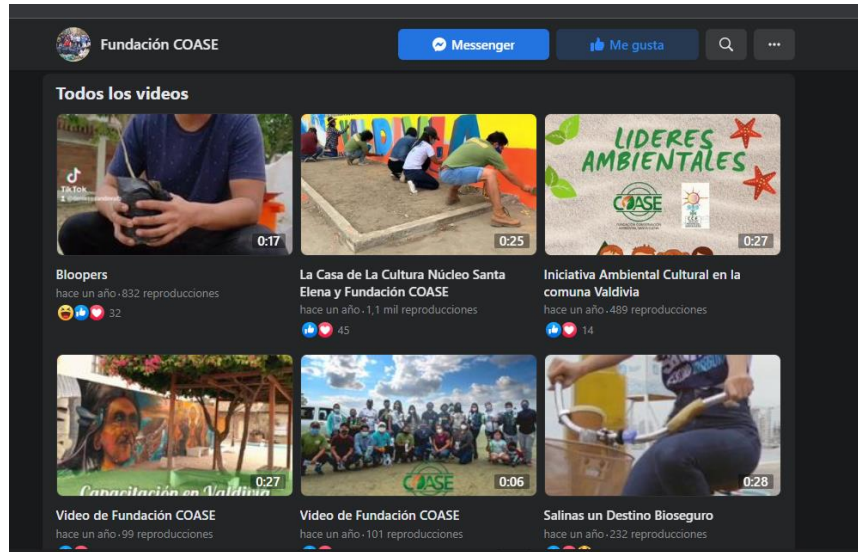
Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE
Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania
Fecha: 2022

Figura 8
Encuesta Google Forms



Fuente: Encuesta a miembros de la Fundación COASE
Elaboración por: Viñan Lino Mariana Estefania
Fecha: 2022

Figura 9
Fanpage- Fundación COASE



Fuente: Fanpage- Fundación COASE

Fecha: 2022