



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO  
CARRERA DE PERIODISMO**

**MODALIDAD COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO**

**DE**

**LIC. PERIODISMO**

**CASO DE ESTUDIO**

**LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, HERRAMIENTA IMPORTANTE  
PARA EL DESARROLLO SOCIAL Y HUMANO EN POBLACIONES  
VULNERABLES**

**AUTOR**

**LISBETH RODRIGUEZ**

**GUAYAQUIL**

**2023**

## Certificado de similitud

### Caso de estudio



#### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

#### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>www.paucasals.cat</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>3</b>	<b>www.valoraanalitik.com</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to BENEMERITA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE PUEBLA BIBLIOTECA</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Pablo de Olavide</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad Sergio Arboleda</b> Trabajo del estudiante	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>boj.cnice.mecd.es</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>es.scribd.com</b> Fuente de Internet	

		<1 %
10	<a href="http://www.scoop.it">www.scoop.it</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="http://dspace.utb.edu.ec">dspace.utb.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="http://www.uib.es">www.uib.es</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="http://americanae.aecid.es">americanae.aecid.es</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="http://news.un.org">news.un.org</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="http://blogderied.blogspot.com">blogderied.blogspot.com</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="http://www.communicationforsocialchange.org">www.communicationforsocialchange.org</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="http://www.pacocol.org">www.pacocol.org</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="http://www.prospectiva.org">www.prospectiva.org</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://www.udallcenter.arizona.edu">www.udallcenter.arizona.edu</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://pesquisa.bvsalud.org">pesquisa.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://ri.uaemex.mx">ri.uaemex.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://riunet.upv.es">riunet.upv.es</a> Fuente de Internet	<1 %
25	<a href="http://vdocumento.com">vdocumento.com</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://www.dropbox.com">www.dropbox.com</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://www.ops-oms.org">www.ops-oms.org</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://www.revistacomunicar.com">www.revistacomunicar.com</a> Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas      Activo  
Excluir bibliografía      Activo

Excluir coincidencias      Apagado

## Índice

Certificado de similitud.....	ii
Introducción .....	1
Antecedentes.....	1
Planteamiento del problema .....	4
Justificación .....	5
Objetivos.....	6
General:.....	6
Específicos: .....	6
Formulación de preguntas .....	6
Análisis.....	7
Tema: .....	7
Desarrollo .....	7
Marco teórico.....	7
Poblaciones vulnerables .....	7
Comunicación audiovisual .....	7
Características de la comunicación audiovisual .....	8
Desarrollo social y humano .....	8
Inclusión social.....	8
Exclusión social.....	8
Metodología.....	9
Solución.....	9
Propuesta .....	10
Título de la propuesta .....	10
Análisis del entorno .....	10
Plan de acción.....	10

Justificación .....	11
Objetivo general .....	11
Objetivos específicos .....	11
Descripción del Manual.....	11
Acciones primordiales .....	12
Fomentar la participación .....	12
Empoderar: Conferir voz a las personas excluidas .....	13
Inferir en políticas públicas.....	13
Herramientas de comunicación audiovisual .....	13
Ciclo del proyecto.....	15
Primera fase .....	17
Segunda fase .....	17
Tercera fase.....	18
Cuarta fase .....	19
Resultados.....	21
Conclusiones .....	22

## Índice de Figuras

Figura 1 Identificar el propósito del manual .....	12
Figura 2 Herramientas audiovisuales más comunes .....	14
Figura 3 Análisis DOFA sobre el manual de técnicas y herramientas de comunicación audiovisual para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables.....	15
Figura 4 Fases del proyecto.....	16
Figura 5 Análisis DAFO .....	20

## **Introducción**

El mercado audiovisual ha evolucionado y se ha convertido en el medio de comunicación más influyente e importante para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables, estableciendo la empatía y confianza entre sus participantes, derribando estereotipos y barreras que puedan generar sentimientos de aislamiento y exclusión a la población más desprotegida por su status social, falta de oportunidades, brechas de desigualdad etc., y en donde existe necesidad de crear espacios que requieren intervención de todos los agentes de la sociedad incluyendo el de la comunicación audiovisual para su solución efectiva.

En este contexto, la comunicación debe ofrecer un lenguaje audiovisual como herramienta participativa y de mediación en las relaciones humanas, no como espectadores, sino como constructores de relatos donde expliquen la realidad en primera persona y sin intermediarios donde puedan dar visibilidad a las diferentes problemáticas acuciantes que en muchas oportunidades alcanzan niveles dramáticos, la intención es ofrecer vías de expresión que sean atractivos para el colectivo y que sirvan para denunciar algún malestar de manera colectiva.

En el presente caso de estudio, se presenta como un elemento estratégico capaz de fortalecer y estimular la creatividad y la convivencia pacífica entre comunidades que han sufrido tradicionalmente efectos de marginación y olvido. A tenor de estas circunstancias, los medios audiovisuales son un vehículo de integración, participación en el cambio social y diálogo para lograr procesos inclusivos, respetando culturas, voces que no tienen voz, tradiciones que requieren ayuda y cooperación en ejercicio de la solidaridad en momentos de dificultades logrando promover el desarrollo social y humano sostenible y participativo de manera más alternativa y menos individualizada a través de la sensibilización social.

### **Antecedentes**

La comunicación audiovisual como herramienta para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables requiere de una serie de saberes y destrezas, dentro de las cuales el conocimiento histórico es imprescindible para reconocer los procesos del área.

En tal sentido, se da a conocer las principales investigaciones, conceptualizaciones, fundamentos teóricos, abordajes, y metodologías profesionales que han marcado los debates sobre el tema de estudio, a fin de comprender también cómo se vincula el ejercicio de la

Comunicación audiovisual con estos marcos de promover espacios de encuentro y al mismo tiempo ayudar en los procesos de transformación (CIESI., 2023)

Como menciona (Saladrigas, Moreno, & De la Noval, 2021), los procesos comunicativos, participativos, dialógicos, transversales, inclusivos, se explican desde tres grandes áreas o disciplinas: la comunicación comunitaria, la comunicación para el desarrollo y la comunicación para el cambio social, aunque tienen distintos orígenes en el tiempo, pero por distintas razones coexisten actualmente y se encuentran en puntos de convergencias.

(...) entre las diferentes brechas culturales, económicas, sociales y tecnológicas existentes, la conexión y la relevancia audiovisual es el múltiplo común en respuesta al aislamiento para superar la distancia social, relacionarse, trabajar, entretenerse, hacer deporte recibir diferentes contenidos e informarse (Arana, Mimenza, & Narbaiza, 2020).

En América Latina y Colombia, colectivos, organizaciones sociales y comunidades han recurrido en muchos casos al lenguaje audiovisual como recurso clave para la acción social, política y cultural. Son procesos expresivos y creativos de larga duración que utilizan distintos lenguajes artísticos (trova, teatro, música, danza, etc.) y estrategias de comunicación (cine, clubs, festivales o exposiciones de cine y video, obras impresas, espacios de internet, etc.) Afirmar la capacidad política de los sujetos, vinculándolos a una acción colectiva coordinada, creando o fortaleciendo una memoria común, notando personas y experiencias significativas, documentando la creatividad cultural, la riqueza y la diversidad ambiental y comunicando abiertamente sus problemas y desafíos.

Nos referimos a estos procesos como Obras de Expresión Audiovisual Comunitaria (OEAC). Su creación implica el liderazgo de alianzas locales, nacionales e internacionales para obtener capacitación y recursos económicos para poder elaborar buenas facturas técnicas, promover procesos de investigación participativa, proyectos y fortalecer las comunidades (niños, jóvenes, adultos y adultos mayores). La OEAC también desarrolla estrategias de comunicación y crea condiciones para la sustentabilidad a mediano y largo plazo, desarrolla lineamientos específicos de gestión y organización, crea una escuela de creadores y fomenta la participación de las nuevas generaciones en los procesos sociales (Gómez, González, & Valencia, 2020).

El poder de los medios audiovisuales en el desarrollo social es contar historias en el momento adecuado. Su posicionamiento es ventajoso. Podemos segmentar geográficamente la exposición, lo que facilita el alcance de los anunciantes locales, al mismo tiempo que hacemos correr la voz a través de la distribución masiva en las redes sociales. Esto tiene un mayor impacto entre los millennials, ya que son los que llevan más tiempo usando las redes sociales. Entonces podemos hablar de una nueva dinámica de creatividad que nos permite contar la historia correcta en el momento correcto. El momento adecuado es cuando se está abierto y receptivo a la información (Isidoro, 2018).

Un anuncio es un intento de vender un producto o servicio. Está integrado en la vida cotidiana, omnipresente, conecta con la gente y marca una gran diferencia. Todos los anuncios son políticos, incluso lo comercial: crea y rompe estereotipos, forma opiniones públicas, etc. Esta es una gran oportunidad. Participar significa intervenir, influir. Es un concepto estructural de la democracia, el empoderamiento, la construcción social y política, es un deber y derecho ciudadano. Sin embargo, la participación no significa interactuar. A medida que evoluciona el paradigma digital, la publicidad debe adaptarse. Es muy útil porque tiene comentarios de los consumidores, se les puede conocer mejor, saber lo que quieren y cuándo lo quieren, puede predecir tendencias.

Surge la pregunta de si la publicidad puede ser participativa: Instituciones académicas sostienen que la publicidad es diferente a la participación. La interacción promueve la idea de participación, pero tiene que ser, con efecto verdadero, empoderamiento real. La mayoría de las veces el impacto no es auténtico (un me gusta de facebook, retweet). Un medio de comunicación audiovisual es un impulsor de la participación, pero no es ni debe ser el único. Publicidad inteligente significa conectarse con otra persona que se encuentra del otro lado. Un ejemplo de publicidad participativa proviene de la ola de incendios en Portugal que desató una profusión de intervención civil: ciudadanos, Instituciones, empresas, marcas y otros.

Los anuncios son esenciales en la motivación para el trabajo voluntario. Al inicio todos quieren unirse, pero después de la ola de voluntariado la publicidad es responsable de seguir enchufando a la gente con la causa. La inspiración para el futuro en este ámbito es definir los límites entre lo que es publicidad o no, comercial o no, influencer y publicidad social (Ana,

2018).

La Fundación (Acción contra el hambre, 2023) identifica a los migrantes como grupos vulnerables; refugiados por guerra, persecución u otras razones; personas que viven en pobreza extrema; privados de libertad; personas con educación limitada; grupos de desempleados, mujeres embarazadas, niñas, niños, jóvenes, adultos mayores, etc. Es significativo que el perfil de las personas mencionadas indica en su mayoría la inseguridad económica como causa de vulnerabilidad, sin embargo, es importante no olvidar que existen elementos socioculturales que se superponen y amplían y diversifican el espectro considerado.

### **Planteamiento del problema**

En el año 2015, los Estados miembros aprobaron la agenda para el desarrollo sostenible 2030, iniciativa ambiciosa que busca garantizar el bienestar de las futuras generaciones y erradicar la lucha contra la pobreza y los procesos que fomentan las amplias brechas de desigualdad y desprotección en poblaciones vulnerables

La comunicación audiovisual como ciencia social no ha sido ajena a esta necesidad, pero ha mostrado limitaciones para subsanar diversas manifestaciones de vulnerabilidad social. El compromiso de la comunicación se enfoca en crear perspectivas teóricas y empíricas que visibilicen a estos grupos y supriman prácticas discursivas excluyentes en torno a ellos. (Polledo, Rubira, & Lozano, 2023).

Favorecer e impulsar el desarrollo humano y social en una población vulnerable es una tarea compleja. No bastan buenas intenciones, aplicación de tecnología avanzada, conocimientos especializados o un presupuesto cómodo; lo fundamental es que el grupo humano beneficiario participe en el proceso de cambio, que le permita obtener una mejor calidad de vida (UNESCO, 2021). La clave de la comunicación para el cambio social es que cuestione la idea de un desarrollo que no cuente con la participación de los sectores directamente afectados y facilite la comunicación para que la participación de la comunidad se haga efectiva, especialmente para los sectores más pobres y aislados.

Mientras ciertos sectores pueden presentar su discurso a la sociedad en general en diversos espacios y oportunidades que les ayuda a fortalecer, unirse y legitimarse, otros sectores carecen

de esta oportunidad, peor aún, históricamente se les ha prohibido participar en la configuración del discurso público o incluso hacer valer su derecho legal a hacerlo, y el hecho de que no reconozcan su capacidad para realizarlo internaliza y naturaliza su exclusión dificultando su intelección como parte de la exclusión económica, social y cultural que sufren.

## **Justificación**

La comunicación audiovisual ubicua y continua ha crecido exponencialmente y su uso ha ido acompañado de resultados negativos socialmente como la exclusión de una importante parte de la población mundial porque sus ingresos no les permiten tener conectividad. En este marco, el presente estudio busca contribuir al debate y a la acción para el uso de tecnología audiovisual a fin de apoyar los procesos de desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables, donde existe la necesidad de crear espacios de aprendizaje y participación que mejoren las habilidades sociales, convivencia pacífica, reflexión y visualización del desarrollo de integración comunitaria, para ampliar lazos de comunicación entre ciudadanos y mejorar la convivencia y participación social como principio democrático, materializado en productos audiovisuales.

Las prácticas sociales comunitarias desarrollan cambios en distintas áreas, como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo (Patricia, 2022). La cultura audiovisual mediatiza la participación e integración en la sociedad, por lo que este estudio se fundamenta en la apropiación social de la tecnología audiovisual y el conocimiento, entenderlo como una herramienta social, un medio de expresión, reflexión y diálogo que permita crecer en conjunto.

La comunicación audiovisual se ha convertido en una herramienta fundamental para el desarrollo de la sociedad, contribuyendo a la creación/preservación del patrimonio, la cultura de la participación y la formación democrática de los ciudadanos. En este sentido, la comunicación para el desarrollo debe estar íntimamente relacionada con la creación de valor, sensibilización, educación y desarrollar creativamente nuevas formas individuales y sociales de entender las relaciones. Este estudio pretende difundir el uso educativo y democrático de

los medios de comunicación audiovisuales para que se conviertan en foro de debate y voz de los más desfavorecidos o marginados de la sociedad (Consejo de Comunicación, 2019).

### **Objetivos**

#### **General:**

Dar a conocer estrategias y acciones comunicativas en el entorno audiovisual que fomenten la empatía con grupos

#### **Específicos:**

- Fomentar el debate y la visión crítica sobre la importancia de la comunicación audiovisual en el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables.
- Concienciar el papel de la comunicación audiovisual en pro del desarrollo social en lugares vulnerables, presentando casos de éxitos indisociables de acción social.

#### **Formulación de preguntas**

- ¿Cuál es la importancia y la repercusión social y humano en las poblaciones vulnerables?
- ¿Cuáles son las poblaciones donde se puede aplicar comunicación audiovisual, como herramienta para el desarrollo social y humano?
- ¿Cómo se puede desarrollar un manual sobre técnicas y herramientas para la producción audiovisual?

## **Análisis**

### **Tema:**

¿Cuáles son las poblaciones donde se puede aplicar comunicación audiovisual, como herramienta para el desarrollo social y humano?

## **Desarrollo**

Este estudio trata de elevar el concepto de comunicación y en especial el uso del audiovisual como un elemento clave en el proceso de cooperación y desarrollo en diversas comunidades y actores sociales, así mismo como herramienta capaz de promover la transformación social en poblaciones, consideradas en su mayoría en situación de vulnerabilidad socioeconómica. El estilo de comunicar y las culturas de conversación pueden variar, cada contexto es diferente, pero una comunicación con sensibilidad cultural permite una mejor comprensión de las emociones sociales

## **Marco teórico**

En el siguiente contexto, se realiza una revisión del marco teórico, con el fin de comprender cómo abordar el tema y dar solución a la problemática planteada.

## **Poblaciones vulnerables**

Los grupos vulnerables abordados por la Agenda Regional de Desarrollo Social Inclusivo ARDSI son niños y niñas; adolescentes; gente joven; adultos mayores; mujer; pueblos indígenas; personas de ascendencia africana; gente con discapacidades; personas que viven en zonas desfavorecidas; migrantes; personas desplazadas por conflictos, y poblaciones afectadas por desastres y el cambio climático; personas pertenecientes a grupos demográficos que sufren desigualdades interrelacionadas, como es el caso de los aborígenes o afrodescendientes, donde las mujeres se enfrentan a una creciente desigualdad de género en los ámbitos sociales, y la condición étnico-racial que se convierte en un factor de exclusión (Marinho, 2019).

## **Comunicación audiovisual**

El lenguaje audiovisual, como el lenguaje cotidiano utilizado en el habla o escritura, tiene elementos morfológicos, gramaticales y algunos recursos estilísticos. Por lo tanto, se compone de un conjunto, símbolos y términos de uso que nos permiten comunicarnos con otros.

### **Características de la comunicación audiovisual**

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) dominado por contenidos icónicos.
- Facilita el procesamiento de información global que proporciona una experiencia unificada para el destinatario.
- Es un lenguaje sintético que forma una cadena de mosaicos donde los elementos cobran sentido si se consideran juntos.
- Primero moviliza la sensibilidad, luego el intelecto. Proporciona mucha estimulación emocional, regula mensajes cognitivos (Gómez J. , 2023). Se pasa de la imagen al sentimiento y del sentimiento a la idea (Analía, 2020).

### **Desarrollo social y humano**

El desarrollo social enfatiza en las personas dándoles el primer lugar en los procesos de desarrollo. La pobreza no se refiere solo a bajos ingresos, sino también a la vulnerabilidad, exclusión, la falta de transparencia institucional, falta de poder y exposición a la violencia. El desarrollo social promueve inclusión social de pobres y vulnerables mediante el empoderamiento de las personas, la construcción de sociedades cohesionadas y resilientes y la mejora de la accesibilidad y la responsabilidad de las instituciones ante los ciudadanos.

### **Inclusión social**

La inclusión social es el proceso de mejorar habilidades, oportunidades y dignidad de las personas que se encuentran en desventaja debido a su identidad para que puedan participar en la sociedad.

### **Exclusión social**

Ser indígena, negro, mujer o discapacitado en América Latina y el Caribe aumenta la probabilidad de pertenecer a un grupo socialmente excluido. La exclusión social se define como una falta crónica de acceso y oportunidades a servicios básicos de alta calidad, mercados laborales y crediticios, infraestructura adecuada y sistemas legales. Durante mucho tiempo se ha considerado que la exclusión social es la única causa de la pobreza y la degradación social. La compleja red de prácticas sociales, económicas y culturales que dan como resultado la exclusión social y el acceso restringido a los beneficios del desarrollo para grupos de población específicos en función de su raza, etnia, género o capacidad física ha recibido más atención y

análisis recientemente.

### **Metodología**

Este estudio fue de tipo transversal, descriptivo y exploratorio, el diseño según su intención brinda un sustento empírico, transdisciplinario teórico de carácter temporal asincrónico y hermenéutico para lo cual se entregan algunos antecedentes conceptuales sobre el tema, análisis crítico, interpretación y comparación a partir de los datos se presenta información teórica de fuentes documentales de los últimos cinco años cuyo propósito es circunscribir el enfoque cualitativo y el contenido de intervención, el contexto general en el que se desarrolla y la problemática existente, además se empleó la técnica de análisis de contenido, que facilitó la búsqueda, recuperación, procesamiento y registro de la información obtenida a través del buscador “Google académico” se evalúa la demanda y se analizan los datos obtenidos para desarrollar la propuesta, finalmente se integran los resultados para determinar ¿Cómo se puede desarrollar un manual sobre técnicas y herramientas para la producción audiovisual?.

### **Solución**

El boquete comunicacional profundiza la exclusión de los pobres. Se necesita tapiar con las herramientas de comunicación para el desarrollo. El presente estudio propone un manual de técnicas y herramientas de comunicación audiovisual para el desarrollo social y humano que se transforme en un artilugio eficaz para romper el aislamiento de los pobres y grupos marginados o excluidos

## **Propuesta**

### **Título de la propuesta**

Manual de técnicas y herramientas de comunicación audiovisual para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables.

### **Análisis del entorno**

Las personas sin acceso al conocimiento e información se ven limitadas en su desarrollo social y económico. La comunicación audiovisual juega un papel clave conectando a personas con procesos de comunicación y medios de información en beneficio del desarrollo social y humano. Los medios de los países en desarrollo a menudo reflejan la perspectiva de la élite. Los segmentos desfavorecidos de la sociedad - pobres, mujeres, jóvenes- quedan fuera del debate nacional, aunque sean mayoría.

La comunicación para el desarrollo está dirigida a una amplia audiencia. Esta es una tarea común para todos los expertos en desarrollo, no una simple herramienta de comunicación. Una función central de la comunicación para el desarrollo es fortalecer la participación y facilitar el acceso a la información: cuando los sectores vulnerables de la sociedad estén bien informados, pueden exigir sus derechos y utilizar las ofertas del gobierno de manera más efectiva para evitar la pobreza.

El desarrollo es un proceso de comunicación. A través de herramientas de comunicación se realiza una labor persuasiva en materia de diálogo político, sensibilización y reformas sociales e institucionales. La comunicación para el desarrollo trata de obtener retroalimentación constructiva e iniciar una discusión participativa. Significa ir más allá de las discusiones técnicas sobre leyes y reglamentos y comunicarse de una manera que sea comprensible, a través de los sentidos y en el corazón de las personas.

### **Plan de acción**

A través de técnicas y herramientas de comunicación interpersonal, medios de comunicación locales y tecnología de la información contemporánea, este manual sirve como una herramienta de promoción social y política que fomenta la participación y el cambio social.

## **Justificación**

Para que esta relación -desarrollo/comunicación local- se desarrolle de manera coherente, es importante que las poblaciones tengan acceso a herramientas de información y comunicación de buena calidad que promuevan la solidaridad regional, la cohesión social y el desarrollo, es posible canalizar inquietudes, plantear conflictos y tratarlos abiertamente, generar confianza, fomentar la crítica, dar a conocer proyectos existentes, fomentar la participación y el seguimiento, y capacitar a las personas para negociar.

Cuando las herramientas se utilizan para promover el diálogo, iniciar el debate y estimular un proceso de comunicación interactivo e inclusivo, se conoce como comunicación social.

## **Objetivo general**

Diseñar un Manual de técnicas y herramientas de comunicación audiovisual para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables.

## **Objetivos específicos**

Enfocar el manual de comunicación audiovisual de manera bi-/multidireccional.

Implementar una gama de herramientas, canales y métodos para facilitar los diálogos inclusivos de comunicación

## **Descripción del Manual**

El manual que se describe a continuación contiene una serie de lineamientos y recomendaciones desarrollados en cuatro etapas. En todas las fases se requiere un mandato conjunto entre comunicadores, profesionales del desarrollo y ciudadanía para apoyar los diversos programas y proyectos sociales a los que está expuesta la población, además provee una serie de actividades de comunicación a varios niveles por diferentes canales y a largo plazo que se espera produzcan resultados duraderos.

**Figura 1.**

*Identificar el propósito del manual*



Elaborado por: Rodríguez, L (2023).

### **Acciones primordiales**

*Favorecer el acceso a la comunicación y el entendimiento.*

Sin acceso al conocimiento e información, el desarrollo social y económico de las personas es limitado. La información puede provenir estaciones de radios locales, teatros educativos, eventos culturales, espacios públicos e internet. El medio es lo mínimo. La clave de la inclusión y accesibilidad de estos procesos de comunicación

### **Fomentar la participación**

Participar en decisiones que afecten la vida es un derecho ciudadano básico y de suma importancia en el desarrollo social y humano. La participación ciudadana es una función central del desarrollo social que ayuda a crear espacios de comunicación que facilitan diálogo inclusivo y transparente entre ciudadanos y comunidades, departamentos o instituciones públicas.

### **Empoderar: Conferir voz a las personas excluidas**

Una función del manual tiene que ver con hacer que se escuchen las voces de las personas marginadas y participen en el diálogo del país, ¿Cómo? El manual debe ayudar a que las personas aprendan a usar los medios de comunicación audiovisual para que expresen su opinión, transmitan su programa, impriman un boletín informativo, inauguren un canal y sean portavoces de su propio desarrollo. Este manual como herramienta debe transformarse en una herramienta poderosa para tronchar la misantropía de los pobres y de grupos incomprendidos o excluidos.

### **Inferir en políticas públicas**

Este manual propone impulsar procesos inclusivos de comunicación y debate sobre desafíos ecológicos, sociales y políticos que obstaculizan el desarrollo de la sociedad. El debate promueve la concienciación de ciudadanos e instituciones. Pero este no es el objetivo principal. El propósito de los debates es estimular la demanda de reformas e influir en los procesos políticos para que se traduzcan en políticas nacionales, reformas y nuevas leyes progresistas que brinden soluciones a los problemas que afectan a los ciudadanos.

### **Herramientas de comunicación audiovisual**

La forma o medio de comunicación apropiado para lograr el propósito de este manual depende del grupo objetivo y del entorno social y cultural en el que se acciona, por ejemplo, la expansión de la adaptación climática en las zonas rurales requiere herramientas de comunicación diferentes a las campañas de prevención de la violencia entre los jóvenes urbanos.

Distinguimos tres grupos de herramientas:

- a) comunicación directa entre personas
- b) comunicación a través de medios impresos o electrónicos (periódicos, radio, televisión, etc.)
- c) multimedia integral y nuevas formas de comunicación (Facebook), YouTube., páginas web, SMS, etc.) (Siclari, 2020).

La calidad técnica de las herramientas (videos, eventos, transmisiones) es un factor importante, pero no garantiza un buen proceso de comunicación. Para concretar estos procesos, es necesario pensar en los canales y medios de distribución, la movilización de la sociedad, las

oportunidades de intercambio y diálogo brindadas. Muchas veces las agencias asociadas se sienten limitadas. Desarrollan buenos productos de comunicación, pero a menudo no logran integrarlos en el diálogo y el intercambio con los ciudadanos e instituciones.

**Figura 2.**

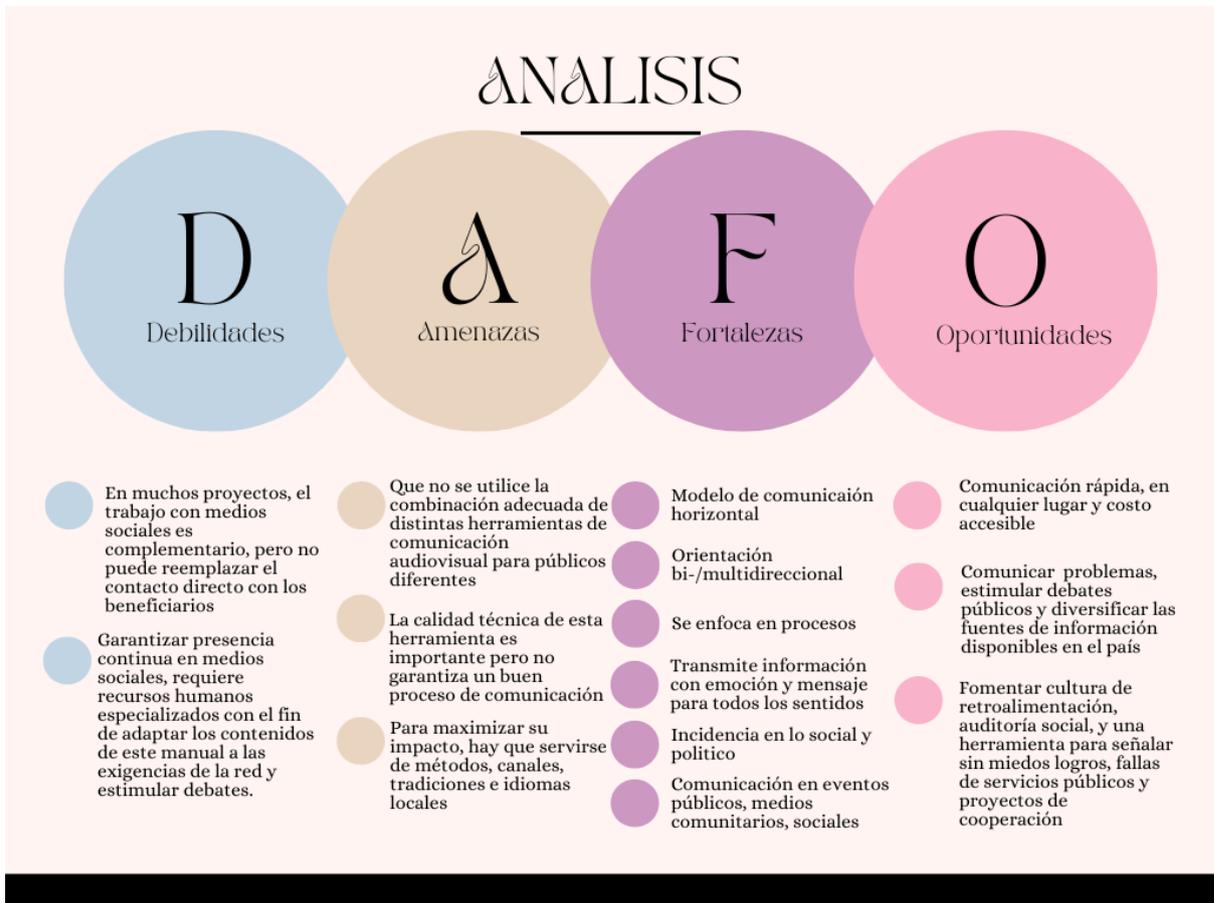
*Herramientas audiovisuales más comunes*



Elaborado por: Rodríguez, L (2023).

**Figura 3.**

*Análisis DOFA sobre el manual de técnicas y herramientas de comunicación audiovisual para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables.*



Elaborado por: Rodríguez, L (2023).

### **Ciclo del proyecto**

Este manual comunicación audiovisual es un proceso para el desarrollo social y humano en poblaciones vulnerables que se basa en el diálogo usando diferentes herramientas y métodos. Además, propone hacer diferentes cambios en áreas como escuchar, construir confianza, intercambiar conocimientos, habilidades en la creación de procesos políticos, debatir, y aprender a generar transiciones sostenibles y significativas.

Este manual provee una serie de pautas y consejos en cuatro pasos:

- Planificación

- Implementación
- Desarrollo y comunicación
- Evaluación.

Todas las fases requieren una estrecha cooperación entre especialistas en desarrollo y comunicación. Los proyectos, independientemente de su tamaño, necesitan un plan de comunicaciones estratégicas que se ajuste a los recursos y objetivos y debe desarrollarse durante la fase inicial del proyecto. No es un evento específico que tendrá un impacto. Es una serie de actividades de comunicación en diferentes niveles, usando diferentes canales y durante un largo período de tiempo para entregar resultados duraderos.

**Figura 4.**

*Fases del proyecto*



Elaborado por: Rodríguez, L (2023).

## **Primera fase**

**Fijar objetivos.** ¿Qué se quiere alcanzar? Lo primero que se debe preguntar es esto. ¿Se quiere ampliar la participación? ¿Crear conciencia sobre el cambio de comportamiento? ¿Fortalecer a los grupos vulnerables o influir en la política nacional?, es posible perseguir múltiples objetivos a la vez. Sin embargo, se recomienda centrarse en uno o dos objetivos principales para tener un mayor impacto.

**Conocer el entorno.** Los esfuerzos de comunicación deben ser receptivos a las necesidades del contexto. Es necesario estudiar el entorno social, político y mediático donde interviene el proyecto. Debe hacerse de manera participativa para integrar las perspectivas de la población.

**Estudio de campo.** El estudio de campo facilita información sobre el alcance de conocimiento en la población, especificidad cultural de fondo, factores contribuyentes e inhibidores, impacto y alcance de las medidas locales, etc.

**Mapeo de actores.** Toda comunidad tiene personas, sindicatos, instituciones que ejercen una gran influencia en la formación de opiniones. Usando el mapeo de actores se puede tener una perspectiva sobre los grupos influyentes y sus posiciones acerca de temas de interés común.

## **Segunda fase**

**Objetivos.** El análisis del entorno informa sobre los desafíos que se deben superar para lograr una determinada meta: ¿qué comportamiento se debe alentar o desalentar? Si el objetivo es muy amplio, se puede dividir en varios objetivos secundarios para enfocar mejor los esfuerzos de comunicación.

**Público meta.** Se debe priorizar público meta y adaptar la comunicación a un nivel de comprensión e intereses específico.

**Mensaje.** Los mensajes efectivos son breves, simples y persuasivos, así pueden ser recordados, no tienen que ser abrumados con contenido. Se recomienda realizar una valoración previa de la información antes de utilizarla en grupos focales, cuestionario o entrevista individual.

**Herramientas y canales.** Se debe elegir un medio que...

- Sea popular entre la audiencia a la que desea llegar
- Corresponda a la complejidad del mensaje
- Tenga una buena relación costo-beneficio

Las zonas rurales y las poblaciones geográficamente dispersas son alcanzadas por radio, televisión y teléfonos móviles. El público urbano responde bien a los eventos culturales y redes sociales. Sí, se prioriza la comunicación y el debate, las reuniones, los consejos públicos y/o las redes sociales son herramientas apropiadas.

**Recursos.** ¿Qué recursos humanos y financieros están disponibles? ¿Qué podemos lograr de manera realista en el tiempo dado? Estas son preguntas clave cuando se trata de recursos. Una estrategia que privilegia la amplitud sobre la profundidad no promete resultados significativos. Una buena comunicación para el desarrollo se basa en relaciones de confianza, lo que requiere una orientación clara de las audiencias y los mensajes y plazos prolongados.

### **Tercera fase**

**Implementar la estrategia.** Trazar un plan de acción que proporcione una visión global de las actividades de comunicación planificadas durante el proyecto. El plan define la secuencia temporal y las responsabilidades específicas de las personas e instituciones involucradas.

**Campañas.** Una buena campaña no utiliza una herramienta, sino que trata de combinar diferentes instrumentos y recursos. ¿Cuál es la combinación de herramientas idóneas para el propósito? Para elegir herramientas adecuadas con base al propósito, se deben considerar los siguientes puntos:

*Objetivos:* movilizar, sentir, argumentar, permitir.

*Características de la audiencia:* nivel de estudios, principales fuentes de información.

*Entorno social:* se refiere al contexto cultural existente.

*Recursos disponibles:* presupuesto, culturales, locales.

Si bien no se requiere ser un experto en todas las herramientas, un comunicador debe ser consciente de sus ventajas y desventajas.

***Evitar el exceso de productos impresos.*** Los productos impresos pueden apoyar procesos de comunicación, pero no los reemplazan.

Antes de hacer un folleto, se debe preguntar: ¿Para qué audiencia específica se produce? ¿Cómo distribuir? ¿Existen otras herramientas más eficaces para transmitir el mensaje?

#### **Cuarta fase**

***Monitorear y evaluar.*** ¿Tiene resonancia la actividad de comunicación audiovisual para el desarrollo? Supervisar y evaluar la calidad y el alcance de la comunicación para liderar y aprender es una tarea continua. Se evalúa no solo al final, sino también durante el proyecto para que se puedan hacer cambios a tiempo. En cuanto a herramientas, se dispone de métodos cuantitativos (estadística, indicadores de evaluación medibles) y/o cualitativos (encuestas y sondeos).

#### ***Valor a las mujeres.***

Se debe prestar especial atención al tema de género. El aspecto de género no debe limitarse a considerar a las mujeres por cantidad en los procesos de comunicación, sino asegurar la participación e importancia de ellas. ¿Pueden las mujeres participar en la sociedad y en las reuniones públicas y expresarse libremente? ¿Tienen las mujeres igualdad de oportunidades para recibir información y ¿Tienen las mujeres acceso equitativo a la información y a los medios de comunicación en masa? ¿Los procesos de comunicación están diseñados para enfocarse en necesidades y problemas específicos de las mujeres? Estas son preguntas orientadoras para evaluar la comunicación desde una perspectiva de género.

#### ***Definir líneas base.***

Se estructura a través de encuestas, entrevistas o grupos focales que revelan el nivel de conocimientos y actitudes que prevalecían antes de la intervención. Esta información se recoge en el estudio previo (análisis de necesidades) que prevé la planificación de la estrategia de comunicación. Otra fuente útil son las estadísticas de instituciones gubernamentales o internacionales.

### ***La comunicación audiovisual para el desarrollo social en el marco lógico.***

Una herramienta clásica para planificar y dar seguimiento a proyectos es el marco lógico, que establece relaciones causales entre actividades, productos, efectos e impactos. En el marco lógico de referencia, definimos funciones y productos de comunicación (ingresos) que conducen o facilitan el logro de los efectos deseados (resultados). La comunicación audiovisual del desarrollo social es una actividad de apoyo. No busca su propia influencia, sino que promueve la consecución de los objetivos generales del proyecto.

### ***Evaluación rápida***

*Método DOFA.* El método DOFA es adecuado para una evaluación rápida de comunicación en un proyecto en curso o finalizado. Se analizan las fortalezas y debilidades del proceso actual y se identifican oportunidades y amenazas para el futuro.

### **Figura 5.**

#### *Análisis DAFO*



**Elaborado por:** Rodríguez, L (2023).

Con estos instrumentos de evaluación se cierra el ciclo del proyecto.

## **Resultados**

A través del estudio y la evaluación realizada se presentó un manual de técnicas y herramientas para el desarrollo social como modelo referencial participativo donde se utilizan medios audiovisuales. El diseño del manual y las estrategias planteadas en las diferentes fases durante en el ciclo de comunicación audiovisual están cimentadas en competencias y habilidades de planificación, gestión y desarrollo de los procesos de desarrollo social y humano y se adaptan a las especificaciones de cada proyecto como herramienta para el diálogo y empoderamiento de las comunidades.

## **Conclusiones**

- Las personas son receptivas a nuevas ideas, siempre y cuando no se conviertan en receptores pasivos de información sin la oportunidad de comentar, cuestionar y discutir como iguales.
- Los procesos de desarrollo requieren espacios donde hombres y mujeres puedan expresar sus opiniones con libertad y sin restricciones.
- El manual presentado tiene por objeto promover formas innovadoras de diálogo con contrapartes y beneficiarios que fortalezcan la sostenibilidad de programas comunitarios.
- En lugar de órdenes y mensajes unidireccionales, el diálogo es más efectivo para modificar comportamientos y actitudes.
- Crear analogías entre valores tradicionales y exigencias del mundo moderno, desarrolla la confianza necesaria para adoptar nuevas posturas.
- La comunicación culturalmente sensible se basa en fuentes locales, la comunicación social que utiliza el conocimiento y la sapiencia local despierta más interés y refleja mejor el sentir de la comunidad porque la gente confía más en testimonios personales, que en los servicios de información u otras fuentes.

## Referencias Bibliográficas

- Acción contra el hambre. (2023). [www.accioncontraelhambre.org](http://www.accioncontraelhambre.org). Obtenido de <https://www.accioncontraelhambre.org/es/persona-vulnerable-significado>
- Adrián, A. (2021). El enfoque de la comunicación para el cambio social y la comunicación para el desarrollo como referentes. *Hablemos de gestión*.
- Alvin, T. (2022). *Impacto Futuro*. New York: Grupo editorial Random House.
- Ana, D. (2018). Participatory and citizen advertising: Inspirations from the ParticipAD project. *I CONGRESO IBEROAMERICANO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL* (pág. 49). Madrid : Dykinson, LS.
- Analía, L. (2020). Albert Einstein: cómo el científico organizaba su tiempo (y por qué a veces se olvidaba hasta de almorzar). *BBC News Mundo*.
- Andrés, A. (2020). Storytelling y comunicación multidireccional: una estrategia formativa para la era digital. *URU - Revista de Comunicación y Cultura, No. 3*.
- Arana, E., Mimenza, L., & Narbaiza, B. (2020). Pandemia, Consumo audiovisual y tendencias de futuro en comunicación. *Revista de Comunicación y Salud*, 149-183.
- Ayala, G. (2019). Impacto de los medios de comunicación audiovisuales en el desarrollo social y cultural en el Sector San José Tres de la Parroquia La Esperanza del Cantón Quevedo. *Universidad Técnica de Babahoyo*.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). Exclusión social: causas y remedios. *WEB STORIES*.
- Bernays, E. (2019). *Cristalizando La Opinión Pública*. Gildan Media LLC.
- Carlota, M. (2021). La inclusión social, un compromiso a largo plazo. *Banco Mundial Blogs*.
- CIESI., C. I. (2023). [www.ciesivirtual.org](http://www.ciesivirtual.org). Obtenido de <https://www.ciesi.org/eje-tematico/cooperacion-internacional-al-desarrollo/comunicacion-para-el-desarrollo>
- Consejo de Comunicación. (2019). Enfoques de la Comunicación: Retos y desafíos de los medios comunitarios. *Enfoques de la comunicación*.
- Cruz, E. (2019). Importancia del manejo de competencias tecnológicas en las prácticas docentes de la Universidad Nacional Experimental de la Seguridad (UNES). *Revista Educación*.
- Daniela, T., & Amalia, P. (2020). Infancia y adolescencia en la era digital. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*.
- García, D., Natalia, H., & Diana, T. (2020). [alejandria.poligran.edu.co](http://alejandria.poligran.edu.co). Obtenido de

- <https://alejandria.poligran.edu.co/bitstream/handle/10823/2163/EL%20AUDIOVISUAL%20COMO%20HERRAMIENTA%20SOCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez, J. (2023). *9H05 Internacional*. Obtenido de [https://www.google.com/search?q=comunicacion+audiovisual&rlz=1C1CHBD\\_esEC937EC938&oq=comunicacion+audiovisual&aqs=chrome..69i57j69i59j35i39j0i512l7.716586057j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=comunicacion+audiovisual&rlz=1C1CHBD_esEC937EC938&oq=comunicacion+audiovisual&aqs=chrome..69i57j69i59j35i39j0i512l7.716586057j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Gómez, R., González, J., & Valencia, V. (2020). *Comunidades en video, nos ven, los vemos y los movemos*. Programa Editorial Universidad del Valle.
- Isidoro, A. (2018). *Las Herramientas Digitales Como Motor de la Acción Social*. Madrid - Vicálvaro: Dykinson, SL.
- Jenatsch, T., & Bauer, R. (2016). Oportunidades y desafíos para los actores de la cooperación. *Comunicación para el desarrollo*, 31.
- Manuel, E. (24 de Septiembre de 2019). La ONU adopta una declaración para acelerar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. *Objetivos del Desarrollo Sostenible*.
- María, M. (2019). Grupos en situación de vulnerabilidad. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*.
- Marita, M. (2019). Diálogos Divergentes de la Comunicación: Marita Mata. *CIESPAL*.
- Naciones Unidas. (2022). Tecnologías digitales para un nuevo futuro. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*.
- Patricia, S. M. (2022). Patrimonio cultural inmaterial e inclusión social: aportes para la agenda de desarrollo de la era post-COVID en América Latina y el Caribe. Montevideo: Patrimonio cultural inmaterial e inclusión social: aportes para la agenda de desarrollo de la era post-COVID en América Latina y el Caribe.
- Polledo, Y., Rubira, R., & Lozano, C. (2023). Los colectivos vulnerables en el ámbito de la investigación sobre ética de la comunicación en España. *revistadigital.uce.edu.ec*.
- Portal de Noticias USFQ. (2023). Producción Audiovisual; Nuevas Perspectivas Para Un Mercado En Crecimiento. *Mercado Audiovisual*.
- Saladrigas, H., Moreno, R., & De la Noval, L. (2021). La comunicación para el cambio social: una aspiración dentro del campo académico de la comunicación social en Cuba. *Scielo*.
- Schrader-King, K. (2019). Desarrollo social. *Banco Mundial*.
- UNESCO. (2021). *Año Internacional de la Economía Creativa para el Desarrollo*. UNESCO.
- UNESCO. (2022). *Relpensar las políticas para la creatividad*. Francia: Organización de las

Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).