

Consumo Cultural e Identidad Colectiva en la Representación Audiovisual del Rally del Paraguay 2025: Un Análisis Sociológico

Cynthia Elizabeth Fariña de Becker, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: cynthia.farina@uc.edu.py ORCID <https://orcid.org/0009-0000-4123-2754>

Amarilla Franco, Eliane Monzerrat, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: elianeamarilla13@gmail.com

Bareiro Cuadra, Pabla Florencia Yamil, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: bareiroyammil@gmail.com

Escobar Fernández, Josia Eliezer, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay Correo: josiasescobar27@gmail.com

Galeano Argaña, Betania Belén, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: Betgalar22@gmail.com

García Gómez, Amira María Lilen, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: amigarr14@gmail.com

Giménez Cáceres, Luz María Alejandra, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay Correo: luzgimenezc@gmail.com

Millan Silva, Rocío Marlene, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay Correo: RocioMillan2716@gmail.com

Núñez Bareiro, Luis Ricardo, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: luisricardonunezbareiro@gmail.com

Oviedo, Victoria Anabella, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: Anabella12.AO@gmail.com

Verón Benítez, Analía Celeste, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: veronbenitezanna@gmail.com

Wlosek Villanueva, Gabriela Anahí, Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Campus Itapúa - Encarnación Paraguay. Correo: gwlosek545@gmail.com

Resumen

El estudio analiza la producción de contenidos audiovisuales del Rally del Paraguay 2025 desde una perspectiva técnica y sociológica. Mediante un diseño mixto secuencial (DEXPLOS), se realizó un análisis documental del Instagram oficial y una encuesta a 291 habitantes de Encarnación. Los resultados destacan el uso de equipamiento profesional (drones, sistemas LED) que garantiza una alta calidad estética, validada por el 85% de los usuarios. Más allá de la eficiencia comunicativa, se identifica que los contenidos actúan como dispositivos de consumo cultural e identidad colectiva, utilizando el territorio y el guaraní

para fortalecer el sentido de pertenencia. Se concluye que el rally mediatizado trasciende lo técnico para consolidarse como un fenómeno de reafirmación territorial y cohesión social.

Palabras claves: Comunicación visual, consumo cultural, identidad colectiva, territorio, sociología del deporte

Abstract

This study analyzes the production of audiovisual content for the 2025 Paraguay Rally from both technical and sociological perspectives. Using a sequential mixed-methods design (DEXPLOS), it involved a documentary analysis of the official Instagram account and a survey of 291 residents of Encarnación. The findings highlight the use of professional equipment (drones, LED systems) ensuring high aesthetic quality, validated by 85% of users. Beyond communication efficiency, the content is identified as a tool for cultural consumption and collective identity, leveraging the territory and the Guaraní language to strengthen the sense of belonging. The study concludes that the mediatized rally transcends technical aspects to become a phenomenon of territorial reaffirmation and social cohesion.

Keywords: Visual communication, cultural consumption, collective identity, territory, sociology of sport

Introducción

La producción audiovisual en el contexto de eventos deportivos de gran escala, como el Rally Paraguay 2025, trasciende la mera captura técnica para constituirse en un fenómeno de sociología de los medios y consumo cultural. Según Taborda-Hernández (2022), estos contenidos requieren un proceso de síntesis y organización de información mediante técnicas profesionales para expresar mensajes de forma clara. No obstante, desde la sociología de la cultura, este proceso no es neutral; García Canclini (2006) sostiene que el consumo cultural en la era de la globalización es un sitio de reconstrucción de identidades, donde el uso de tecnologías avanzadas —como drones y cámaras 4K— actúa como un mecanismo de legitimación del territorio local ante una audiencia global.

En esta línea, los medios audiovisuales funcionan como recursos multisensoriales que aproximan la enseñanza y la información a la experiencia directa. Sin embargo, el objeto “rally y contenidos audiovisuales” debe leerse como un espacio de negociación de identidades colectivas. Bourdieu (1984) explica que las prácticas deportivas y su visualización están ligadas al habitus de clase y región; el rally en Itapúa - Paraguay , al

integrar símbolos nacionales, el uso del guaraní y escenarios patrimoniales como las Misiones Jesuíticas, se convierte en un ritual que refuerza el sentido de pertenencia. Estos recursos audiovisuales no solo difunden información, sino que, como afirman Bertrán Lamorú y Domínguez Blanco (2022), integran aspectos intelectuales y emocionales que fortalecen el aprendizaje contextualizado de la cultura propia.

Desde la sociología del deporte, el rally funciona como un catalizador de la identidad regional. Giulianotti (2005) argumenta que el deporte moderno permite la formación de comunidades imaginadas a través del consumo mediático. Así, la "nitidez y narrativa visual coherente" identificada en el Instagram oficial del evento no solo responde a criterios de calidad técnica, sino a la necesidad de proyectar una imagen de modernidad y eficiencia estratégica. La intervención del MITIC para asegurar conectividad en áreas rurales subraya la importancia del acceso tecnológico en la configuración del espacio social contemporáneo. La producción audiovisual del rally contribuye al desarrollo de la interculturalidad. Al integrar música folklórica y vestimenta típica, los contenidos dejan de ser solo herramientas de comunicación logística para transformarse en dispositivos de patrimonio cultural móvil. Como señalan Toro Bravo et al. (2024), estas producciones en medios locales son fundamentales para la visibilidad de lo autóctono en plataformas digitales dominadas por estéticas globales. De este modo, la efectividad comunicativa analizada en este estudio se vincula directamente con la capacidad del contenido para resonar con las raíces culturales y las aspiraciones de identidad de la población de Itapúa.

Objetivos

General

Analizar las características de la producción de contenidos audiovisuales del Rally Paraguay 2025

Específicos

Identificar las características de las imágenes y videos utilizados en el Rally Paraguay 2025
Determinar los aspectos culturales destacados en la producción de contenidos audiovisuales del Rally Paraguay 2025

Describir la efectividad de los contenidos audiovisuales utilizados en el rally Paraguay 2025 para comunicar mensajes claves

Métodos

Se toma la ruta mixta propuesta realizada por Hernández-Sampieri & Mendoza-Torres (2018), donde son enfoques de investigación que combinan de manera sistemática datos cuantitativos y cualitativos. El diseño de ejecución secuencial, el tipo de investigación es exploratorio secuencial (DEXPLOS). La población por un lado el Instagram oficial del Rally Paraguay 2025 donde se analizaron las publicaciones y por otro lado se contó con una población de personas de la ciudad de encarnación, mayores de edad que se estima en 60.000 personas. Para la muestra con un 90% de confianza y 5% de margen de error, se obtuvieron 272 personas, utilizando un muestreo aleatorio simple. Las técnicas de recolección de datos el análisis documental y la encuesta.

Resultados

Para el primer objetivo: Identificar las características de las imágenes y vídeos utilizados en el Rally Paraguay 2025 se presentan los siguientes resultados:

En lo relacionado a los tipos de **equipos utilizados** en los diferentes eventos del Rally Paraguay 2025, se utilizaron una variedad de equipos audiovisuales y tecnológicos, tanto para la transmisión del evento como para los espectáculos complementarios en las sedes y la Fan Zone.

Cuadro 1

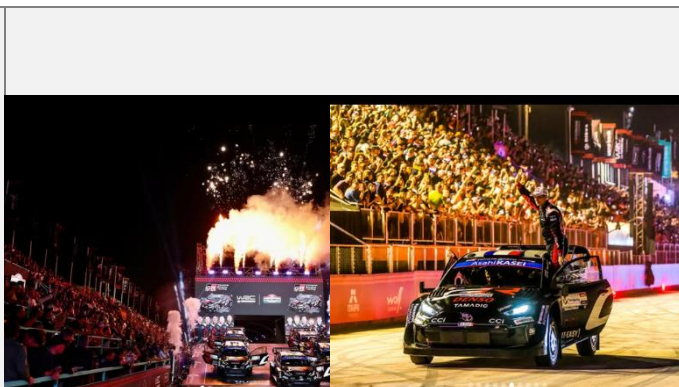
Equipos utilizados

EQUIPOS AUDIOVISUALES PRINCIPALES

FOTOGRAFÍAS DEL INSTGRAM OFICIAL

Sistemas de sonido profesional

Se emplearon equipos de sonido de alta potencia para cubrir áreas extensas como el sambódromo de encarnación (sede de la largada simbólica) y la fan zone. esto incluyó altavoces, consolas de mezcla, micrófonos inalámbricos y sistemas de pa (public address) para anuncios y música en vivo.



Iluminación led y proyectores

Se instaló iluminación moderna, incluyendo sistemas de iluminación led para mejorar la visibilidad y la seguridad en áreas clave, así como para crear efectos visuales en los shows nocturnos. También se usaron proyectores para visualización de contenido.



Pantallas gigantes (led screens)

Se utilizaron pantallas led de gran formato en la fan zone y en la largada simbólica para que los asistentes pudieran seguir de cerca la acción, ver repeticiones y disfrutar de contenido promocional y entrevistas.



Equipos de transmisión y cámaras

Para la cobertura mundial del evento, se desplegó tecnología avanzada de transmisión. Esto incluyó:

Cámaras de tv profesionales: ubicadas estratégicamente a lo largo de los tramos y en las zonas.

Cámaras a bordo de los vehículos (on-board): para ofrecer una perspectiva inmersiva desde dentro de los autos de rally.

Drones: utilizados para tomas aéreas espectaculares de los paisajes y los tramos de carrera.

Unidades móviles de transmisión (ob vans): camiones equipados con la tecnología necesaria para mezclar, editar y enviar la señal de vídeo y audio a nivel internacional.



Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

En lo que respecta a infraestructura de redes y comunicación, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicación (MITIC) jugó un rol estratégico, asegurando la

conectividad necesaria para la prensa y la transmisión en tiempo real. Esto implicó el uso de redes de fibra óptica y sistemas de comunicación satelital en áreas rurales donde la conectividad tradicional es limitada.

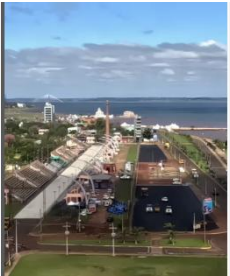
Para el sistema de cronometraje y datos se utilizaron equipos especializados para el cronometraje preciso de los tiempos de los pilotos y la gestión de datos de la carrera, que se visualizan en pantallas y se transmiten a los medios.

En los aspectos relacionados a la **Calidad estética**, se analiza la información que se recopila del perfil de Instagram de Rally Paraguay (@officialrallyparaguay) donde se comparte contenido que refleja la emoción y dinámica del evento, se proporciona un análisis técnico de aspectos específicos como composición visual, iluminación, nitidez, o calidad gráfica en cada publicación.

Cuadro 2

Calidad estética

ASPECTOS ESPECÍFICOS	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
COMPOSICIÓN VISUAL	Se utilizan técnicas como la regla de tercios, enfocando acción, vehículos y pilotos en puntos focales para captar la velocidad y la adrenalina típica del rally	
ILUMINACIÓN	Predominan fotos en exteriores bajo luz natural, con enfoque en la claridad, aunque también hay imágenes en diferentes momentos del día, lo que requiere equilibrar blancos y exposición para mantener colores naturales	
NITIDEZ Y LIMPIEZA	Se observan imágenes de alta resolución con buenas técnicas de enfoque, evitando pixeleo y ruido excesivo, especialmente en fotos de acción	

PALETA DE COLORES	Los tonos vibrantes y contrastantes resaltan los vehículos, la tierra roja y los elementos del entorno, coherentes con el paisaje y la temática del rally en Paraguay	
VARIEDAD DE TOMAS	Fotos de planos generales, medios y primeros planos suelen alternarse, además de tomas aéreas, que enriquecen la narrativa visual	
ESTABILIDAD Y FLUIDEZ	Tanto en los videos como en las publicaciones se percibe un esfuerzo por presentar imágenes estables y dinámicas sin vibraciones	
NARRATIVA VISUAL	La secuenciación de publicaciones sigue cronológicamente las etapas del rally, formando una narrativa coherente de emoción, velocidad y esfuerzo	
INTEGRACIÓN DE OBJETOS Y ESCENARIO	Los objetos como los autos y banderas, así como los escenarios naturales, se integran de forma natural, resaltando la esencia del evento	
CALIDAD DEL DISEÑO GRÁFICO	Algunos posts incluyen rótulos y gráficos claros, legibles y de alta calidad, utilizados para destacar información clave o premiaciones	

Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

El perfil de Instagram oficial de Rally Paraguay ofrece una cobertura visual que combina fotos de alta calidad, variedad de perspectivas y una narrativa coherente, alineada con las prácticas habituales en la cobertura de rallys internacionales. La identidad visual refleja profesionalismo, energía y compromiso con la promoción del evento.

Para el segundo objetivo: Determinar los aspectos culturales destacados en la producción de contenidos audiovisuales del Rally Paraguay 2025, se presentan los siguientes resultados: Con base en la información disponible sobre el Rally Paraguay y las localidades del Departamento de Itapúa donde se llevan a cabo las etapas del evento, más la experiencia visual de eventos similares, se puede describir lo siguiente sobre la presencia y ubicación de los *elementos culturales y simbólicos* en la página oficial de Instagram del Rally Paraguay:

Cuadro 3

Elementos culturales y simbólicos

REPRESENTACIÓN SIMBÓLICA	DONDE SE ENCUENTRA	FOTOGRAFÍA DE REFERENCIA
BANDERA PARAGUAYA	Aparece frecuentemente en pancartas, banderas que ondean en las zonas de público durante las etapas del rally, y en algunos fondos de fotos y videos.	
ESCUDO DEPARTAMENTAL Y MARCAS OFICIALES	El escudo del departamento suele estar presente en ropa oficial de pilotos y equipos, además en material publicitario (pancartas, carteles) visible en zonas de competencia como en Nueva Alborada, Cambretá y Carmen del Paraná.	 

COLORES LOCALES (TIERRA ROJA, VERDE Y AZUL)	El rojo intenso de la tierra está en primer plano en muchas de las fotos de los tramos por caminos rurales. El verde de la vegetación aparece en los alrededores, en áreas verdes y campos agrícolas del departamento. El azul, menos frecuente, se asocia a ríos y cuerpos de agua que pueden aparecer en tomas amplias del paisaje.	
MOTIVOS ARQUITECTÓNICOS Y PATRIMONIALES	Se aprecian en fotografías tomadas en las misiones jesuíticas de Trinidad y Santa María, con sus arcos, rosetones y relieves.	
REPRESENTACIONES HUMANAS CON VESTIMENTA TÍPICA Y EXPRESIONES CULTURALES	En postales y videos de eventos sociales paralelos, como ceremonias y actos culturales en áreas céntricas de Encarnación y otros pueblos. Incluyen danzas típicas, uso de textiles autóctonos y participación comunitaria.	
LUGARES DESTACADOS EN LAS IMÁGENES	Encarnación (ciudad principal y sede de eventos simbólicos). Misiones Jesuitas (especialmente Trinidad para etapas finales y premiaciones). Zonas rurales y caminos de tierra (Nueva Alborada, Cambretá, Carmen del Paraná). Zonas habilitadas para el público con señalización verde, asegurando seguridad y buen disfrute.	 

Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

Este análisis general da una idea clara de dónde y en qué imágenes y lugares suelen encontrarse los elementos culturales y simbólicos mencionados en la página Instagram oficial de Rally Paraguay, complementado con la dinámica y colorido del evento en Itapúa.

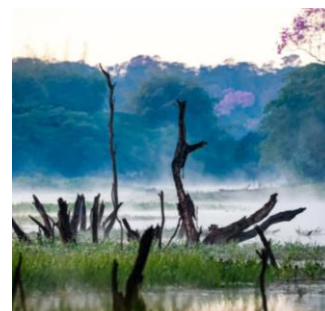
Cuadro 4

Presencia de música, lenguaje y vestuario autóctono

EXPRESIONES CULTURALES	DONDE SE ENCUENTRA	FOTOGRAFÍA DE REFERENCIA
MÚSICA AUTÓCTONA	En varios videos de las ceremonias y transmisiones del rally, se escucha música de fondo con polkas, guaranias y temas folklóricos típicos de Paraguay que aportan ambiente y calidez al evento. Instrumentos como el arpa paraguaya y la guitarra son parte visible en estas presentaciones, acompañando el ambiente folclórico.	 
LENGUAJE AUTÓCTONO	En entrevistas y saludos de pilotos, organizadores y asistentes se emplean expresiones en guaraní, presentes en subtítulos o textos añadidos para resaltar la identidad lingüística local.	
VESTUARIO TÍPICO	En imágenes y videos de ceremonias oficiales, largada simbólica y eventos culturales paralelos, se puede ver a personas con vestimenta tradicional paraguaya o prendas con textiles autóctonos, mostrando colores y diseños regionales.	

**LUGARES
DONDE ESTOS
ELEMENTOS
SE OBSERVAN**

La ciudad de Encarnación, sede central del rally, donde se realizan actos de apertura y premiaciones con intervenciones folklóricas. Las Misiones Jesuíticas de Trinidad, lugar emblemático para el cierre del rally, con actividades culturales auténticas.



Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

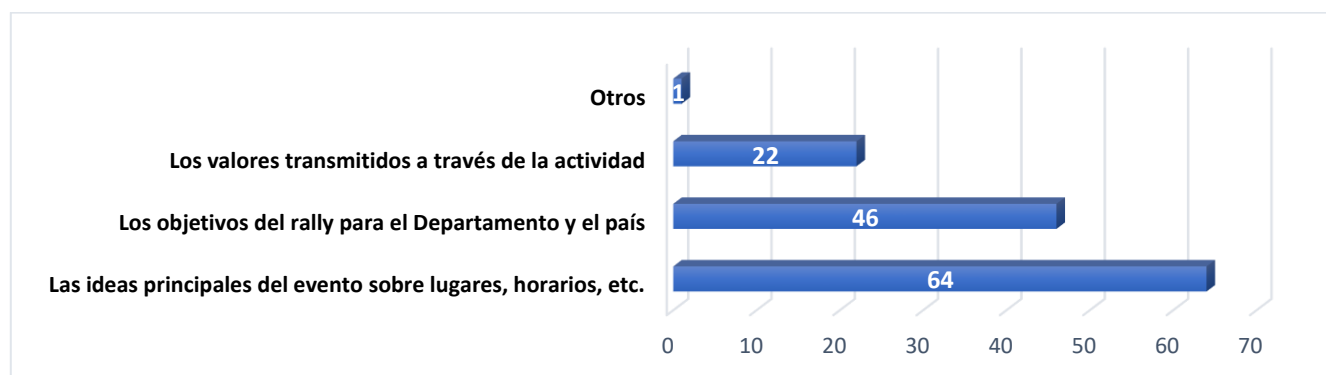
En el Instagram oficial del Rally Paraguay, estos elementos autóctonos aparecen integrados en videos y fotografías que muestran tanto el aspecto competitivo como la riqueza cultural y folklórica del acontecimiento, conectando la pasión por el deporte motor con la identidad regional de Itapúa y Paraguay.

Para el tercer objetivo: Describir la efectividad de los contenidos audiovisuales utilizados en el rally Paraguay 2025 para comunicar mensajes claves, se presentan los siguientes resultados:

Para el alcance y recepción del mensaje, se aplica un cuestionario a la población encarnacena en general sobre distintos aspectos, a continuación, se presentan los resultados.

Figura 1

Aspectos se destacaron en la transmisión de mensajes clave de los videos de Rally



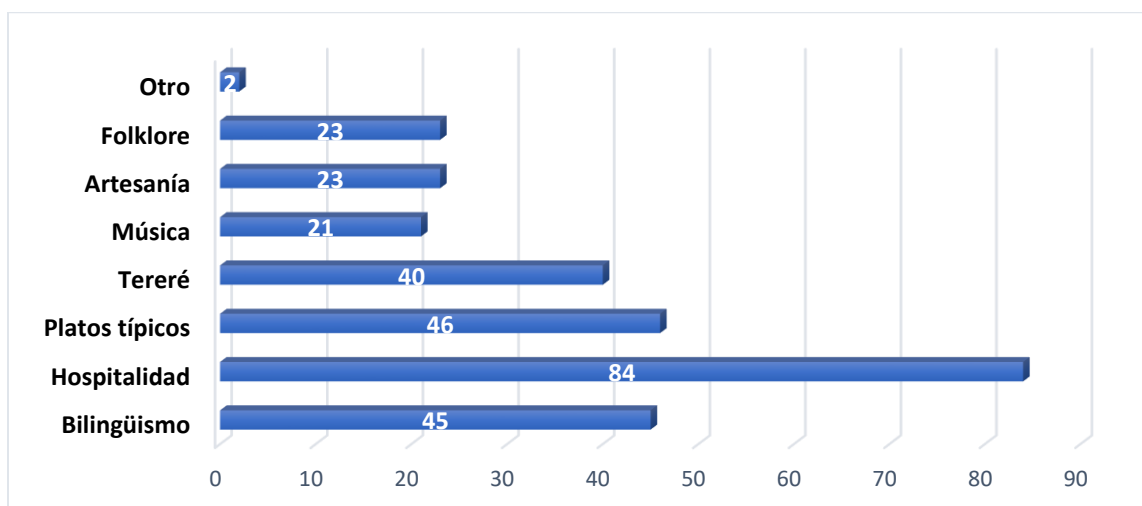
Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

Entre los aspectos más comprendidos se encuentra que la mayoría de los participantes (64 %) comprendieron principalmente las ideas centrales del evento, como lugares y horarios. Esto indica que la comunicación logística fue efectiva y clara para la mayor parte del grupo. Un 46% señaló haber entendido los objetivos del rally para el departamento y el país, lo que refleja una adecuada transmisión de la visión institucional, aunque en menor medida que la información logística. Y entre los aspectos menos comprendidos se encuentra que solo el

22% de los participantes mencionó haber captado los valores transmitidos mediante la actividad. Esto sugiere que los mensajes relacionados con valores o aprendizajes actitudinales no tuvieron el mismo impacto o claridad que los aspectos organizativos e institucionales.

Figura 2

Aspectos culturales se destacaron en el desarrollo del Rally 2025

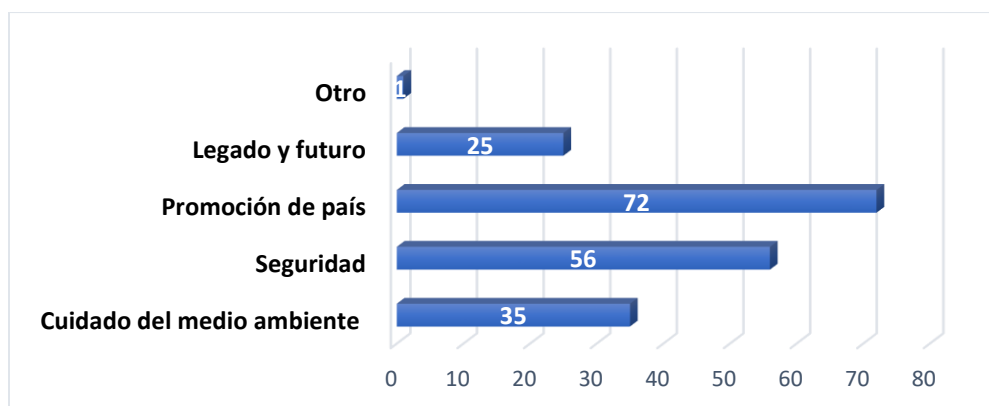


Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

Entre los elementos más destacados está la hospitalidad fue el más reconocido, representa el 84 % de los participantes. Esto demuestra que el aspecto social y la amabilidad local fueron especialmente valorados y percibidos de manera clara por la mayoría. En segundo lugar, los platos típicos que también fueron altamente identificados, alcanzando un 46 %, seguidos por el bilingüismo (guaraní-español), observado por el 45 % y el consumo de tereré (40 %). Estos aspectos subrayan el peso de las costumbres y la identidad gastronómica y lingüística en la percepción de los asistentes. Entre los aspectos con menor presencia, se encuentran los elementos como música (21 %), artesanía (23 %) y folklore (23 %) fueron menos destacados, lo que puede señalar que estos componentes, aunque presentes, no tuvieron la misma visibilidad que la hospitalidad, la comida típica y el bilingüismo.

Figura 3

Mensaje principal se percibió por la organización

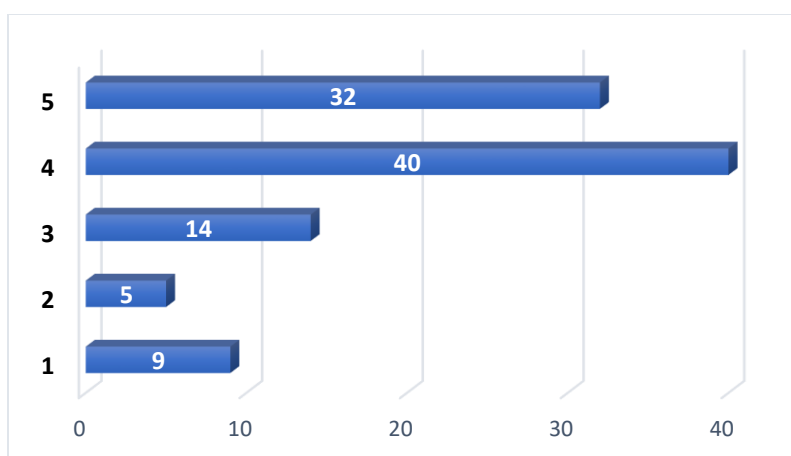


Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

Percepción de los participantes respecto a los mensajes y valores transmitidos por la actividad. Entre los mensajes más destacados se encuentra la promoción del país el cual fue el valor más identificado por los participantes (72 %). Esto evidencia que la actividad logró proyectar una imagen positiva y reforzar el sentido de pertenencia y orgullo nacional. En segundo lugar, la seguridad que fue mencionada como relevante por el 56 %, lo que indica que el evento transmitió tranquilidad, orden y confianza en la organización. Los temas con menor presencia son el cuidado del medio ambiente alcanzó el 35 %, mostrando una recepción adecuada pero más limitada respecto a la sostenibilidad y protección de la naturaleza. Solo el 25 % identificó mensajes relacionados con legado y futuro, lo que señala menor visibilidad de los contenidos que vinculan la actividad con una proyección a largo plazo o valores históricos.

Figura 4

Satisfacción con los contenidos audiovisuales difundidos durante las jornadas del Rally 2025

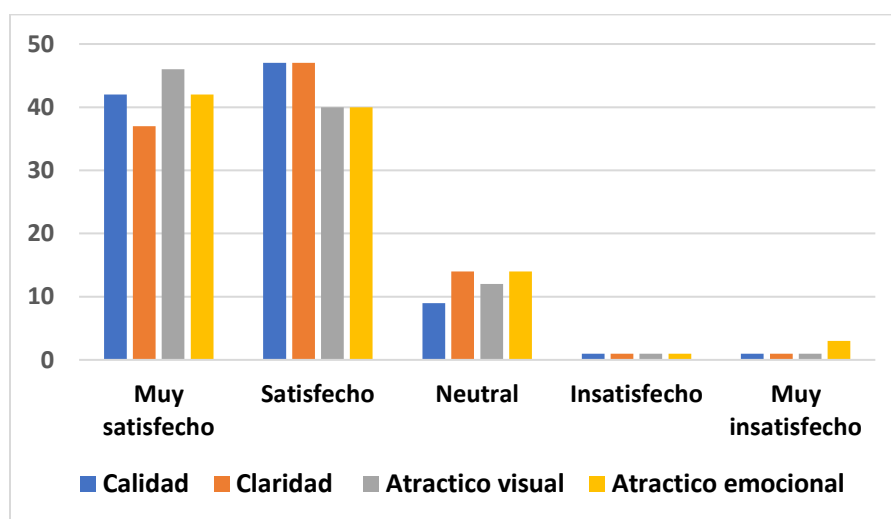


Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

La valoración 1 de Muy insatisfecho reúne una pequeña proporción de los encuestados (9%), lo que indica que solo una minoría eligió el nivel más bajo de la escala. La valoración 2 insatisfecho (5%) al igual que la opción 1, el escaso porcentaje evidencia que solo un número reducido de personas valora la situación como baja en la escala. La valoración 3 Ni satisfecho ni insatisfecho (14%), esta opción intermedia representa a quienes tienen una opinión neutral o poco definida, sin adherirse a los extremos. La valoración 4 satisfecho (40%) la mayoría de las respuestas se concentran aquí. La valoración 5 muy satisfecho (32%), casi una cuarta parte de los encuestados elige el valor máximo, demostrando el nivel más alto de satisfacción o valoración positiva.

Figura 5

Nivel de satisfacción de los siguientes aspectos relacionados a los contenidos audiovisuales difundidos en redes sociales oficiales del Rally 2025



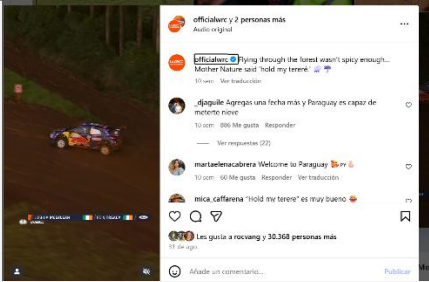
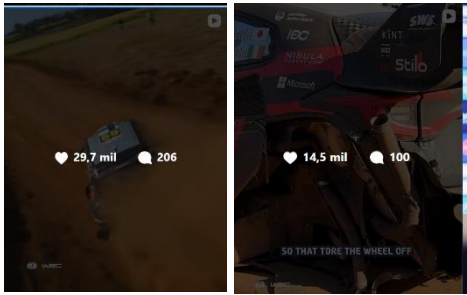
Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

La calidad y claridad muestran predominio de “Satisfecho” y “Muy satisfecho”, con baja insatisfacción; claridad presenta levemente más respuestas neutrales. El atractivo visual destaca con niveles muy altos, incluso superiores. El atractivo emocional mantiene satisfacción mayoritaria, pero con mayor dispersión, evidenciando más respuestas neutrales y algunas negativas en general global.

En lo que respecta a **Interacción/participación** en el instagram oficial del Rally 2025, se presenta el siguiente resultado:

Cuadro 5:

Interacción/participación

MÉTRICAS QUE DEFINEN POPULARIDAD	TENDENCIAS EN PUBLICACIONES EXITOSAS	PUBLICACIÓN	CANTIDAD DE REACCIONES
Me gusta: indican la aprobación directa de los seguidores	Las publicaciones con imágenes llamativas de autos, pilotos y momentos clave del rally		Publicaciones de: 23.200 MG, 22.400 MG, entre otros.
Comentarios: reflejan el nivel de conversación generado.	Los temas polémicos, noticias de último minuto y encuestas suelen concentrar altos volúmenes de "Comentarios".		Cantidad de comentarios como: 206 CM, 100 CM, 402 CM, 130 CM. Hay publicaciones con 0 comentarios hasta publicaciones con cientos de comentarios.
Compartir: demuestran el interés por difundir la publicación más allá del propio perfil	Los anuncios de próximos eventos, resultados de carreras y comunicados oficiales tienden a recibir mayores "Compartir" por su interés informativo para fanáticos y medios.		Cantidad de compartidos como: 263 COMP, 133 COMP, 130 COMP.

Nota: Fuente, elaboración propia del trabajo de campo

Discusión

Los resultados obtenidos permiten interpretar el objeto de estudio —el rally y sus contenidos audiovisuales— no solo como un despliegue técnico, sino como un complejo fenómeno de sociología de la cultura y consumo cultural. Mientras que la fase cualitativa confirmó el uso de equipamiento profesional para garantizar una "alta calidad estética", la fase cuantitativa reveló que esta sofisticación técnica es percibida por los habitantes de Encarnación como un estándar de modernidad necesario para la validación del territorio. Sociológicamente, esto se explica a través del concepto de distinción de Bourdieu (1984): la sociedad encarnacena consume estos contenidos de alta factura no solo para informarse, sino para reafirmar su estatus regional frente al resto del país y el mundo.

La tensión identificada entre la alta valoración estética y la percepción moderada de "valores culturales" sugiere que los contenidos, aunque eficaces en términos de sociología de los medios, operan bajo la lógica de la "sociedad del espectáculo". Siguiendo a García Canclini (2006), el rally funciona como un espacio de hibridación donde la adrenalina del deporte globalizado a veces solapa la profundidad del patrimonio local. No obstante, el uso estratégico del guaraní y símbolos nacionales, analizado por Toro Bravo et al. (2024), actúa como un ancla de identidad colectiva, evitando que el evento se convierta en un "no-lugar" genérico.

En términos de la sociología del deporte, el éxito comunicativo reportado (85% de satisfacción) demuestra que los contenidos audiovisuales cumplen una función de cohesión social. Como señala Giulianotti (2005), el consumo mediático del deporte permite a los individuos sentirse parte de una comunidad mayor. Así, la efectividad técnica defendida por Taborda-Hernández (2022) y Sánchez y Rodríguez (2020) trasciende lo comunicacional: la nitidez y fluidez de las imágenes en Instagram son, en realidad, el soporte material sobre el cual se construye el orgullo y la pertenencia territorial de Itapúa en la era digital.

Conclusiones

La investigación demuestra que la producción audiovisual del Rally Paraguay 2025 trasciende la eficiencia técnico-comunicacional para consolidarse como un dispositivo de reafirmación territorial. La alta calidad estética y el uso de plataformas digitales no solo optimizaron la logística, sino que funcionaron como un mecanismo de consumo cultural que fortalece la identidad colectiva. Se concluye que el rally, mediatizado por narrativas

profesionales, opera como un espacio de resistencia y visibilización de lo local frente a estándares globales. Así, el objeto de estudio se revela como un fenómeno sociológico donde la tecnología y el deporte convergen para legitimar el patrimonio y el sentido de pertenencia de la comunidad.

Referencias bibliográficas

- Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Ingeniería (ANFEI), México. (2025). Categoría de Impacto Social del Rally Latinoamericano de Innovación. <https://anfei.mx>
- Antezana Guizada, C. M. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba.
- Barros Bastida, C., & Barros, R. (2015). Medios audiovisuales y su influencia en la educación desde alternativas de análisis. Universidad y Sociedad.
- Berlo, DK (2017). El proceso de comunicación . Routledge.
- Bertrán Lamorú, M., & Domínguez Blanco, I. (2022). Recursos educativos audiovisuales para la formación pedagógica inicial.
- Delectus (2022). Recursos audiovisuales en educación: definición y características. Gaona Rivera, M., & Riera, M. (2007; 2015). [Citado en Delectus, 2022].
- Fundación Telefónica. (2024). Televisión y desarrollo cultural en América Latina . <https://telos.fundaciontelefonica.com>
- García, L., Fernández, M., & Ruiz, A. (2021). Tecnologías inmersivas en eventos deportivos: realidad virtual y aumentada como herramientas de engagement. Revista Internacional de Comunicación Deportiva , 14(2), 45-60.
- Hall, S. (2018). Representación: Representaciones culturales y prácticas de significación . Sage Publications.
- Kim, YY (2019). Comunicación intercultural . Oxford University Press.
- López, J., Martínez, R., & Sánchez, P. (2022). Inteligencia artificial aplicada a la transmisión deportiva: automatización y predicción en tiempo real. Revista de tecnología deportiva , 9(1), 22-38.
- Martín, F., & Pérez, D. (2023). Big data y análisis en tiempo real para la gestión eficiente de eventos deportivos. Gestión Deportiva Actual , 11(3), 70-85.

- Ministerio de Cultura y Turismo de Paraguay. (2025). Paraguay se proyecta al mundo con el Rally Mundial. <https://mic.gov.py>
- Moore, M. G. (1990). Title unknown [Definición citada en Barros Bastida & Barros, 2015].
- Muñoz, B., et al. (2022). Producción y consumo de contenidos audiovisuales: Abordajes desde la comunicación social.
- Sánchez, M., & Rodríguez, E. (2020). Calidad y fluidez en transmisiones deportivas digitales: desafíos y soluciones. *Tecnología y Comunicación* , 17(4), 112-127.
- Secretaría Nacional de Turismo (SENATUR). (2025). SENATUR revela impacto turístico y cultural del Rally en Itapúa. <https://senatur.gov.py>
- Taborda-Hernández, E. (2022). Contenidos audiovisuales educativos y métodos de innovación en la enseñanza técnica universitaria.
- Toro Bravo, J. P., Guerrero Troya, N. M., & Pérez Heredia, G. V. (2024). Producciones audiovisuales y medios locales. Contribuyendo al desarrollo de la interculturalidad.
- Torres, A., & Gómez, N. (2024). Sostenibilidad tecnológica en la organización de eventos deportivos. *Revista de Innovación en Deportes* , 12(1), 88-99.
- Universidad Nacional de Medicina, Nicaragua. (2025). Estudiantes destacan en el Rally Latinoamericano de Innovación. <https://unm.edu.ni>
- Vorderer, P., y Bryant, J. (2020). Jugando con los medios: Los efectos y la efectividad de la comunicación audiovisual . Routledge.