



CULTURA, COMUNICACIÓN & DESARROLLO

Revista científica de Ciencias Sociales de la Universidad de Cienfuegos

Volumen 9 ▪ Número 1 ▪ Enero-Abril ▪ 2024

El Horizonte Comunicacional, diverso y complejo.





CONSEJO EDITORIAL

Director

MSc. Mayre Barceló Hidalgo

Editor (a)

MSc. Liette Suárez Vivas

Jefe de edición

Dr. C. Denis Fernández Álvarez

Miembros

Dra. C. Yailen Monzón Bruguera
Dra. C. Odalys Medina Hernández
Dra. C. Nereyda Moya Padilla
Dr. C. Fernando Carlos Agüero Contreras
Dra. C. Marianela Morales Calatayud
Dra. C. Esther Hernández Moreno
Dra. C. Yoanelys Mirabal Pérez
Dra. C. Adiane Fernández Bermúdez

Consejo Científico Asesor

Dra. C. Lilia Martín Brito
Dra. C. Rayza Portal Moreno
Dr. C. Idalberto Amado Pérez López
Dra. C. Hilda Saladrigas Medina
Dr. C. José Rojas Bez
Dr. C. Raúl Garcés Corra
Dr. C. Yunier Rodríguez Cruz
MSc. Esperanza Andrea Madruga Torreira
Dr. C. Rafael Hernández de la Torre
Dr. C. Alejandro García Rodríguez
Dra. C. Eulalia Dolores Pino Loza
Dr. C. Carlos Martínez Bonilla
Dr. C. Borman Vargas Villacres

MSc. Massiel Delgado Cabrera
MSc. Caridad Casanova Rodríguez
MSc. Deivy Miguez Collado
MSc. Dariel Mena Méndez
MSc. María de los Angeles Alvarez Beovides
MSc. Yadira Chávez Domínguez
Dra. C. Eliza Carolina Vayas Ruiz
Dr. C. Adrian Abreus González
Dr. C. Reinaldo Rojas Consuegra
Dr. C. Joaquín Alonso
Dr. C. Javier Aguilar Pérez
Dr. C. Alberto Saladino García
Dr. C. Juan María Bilbao Ubillos
Dra. C. Alessandra Ciatini
Dr. C. Ramón Rosario
Dra. C. Andréia Nunes Militão
Dra. C. Sabrina Doyon
Dr. C. Adalberto Enrique Santana Hernández

Correctores (as) de estilos

Lic. Martha Preciado Martínez
MSc. Gisela Yanes Rodríguez

Traducción y redacción en Inglés

MSc. Milady Álvarez Migueles

Diseñador (a)

Dr. C. Liéter Elena Lamí Rodríguez del Rey

Soporte Informático

Tec. Reinier Michel Viera Reinoso

.....	5
Editorial	
01	6
Caricatura y opinión pública en el Periódico 5 de septiembre: los Gemelos de Villafañá	
Eida Mercedes Caro Nodarse, Esperanza Andrea Madruga Torreira	
02.....	14
Innovación en comunicación aplicada a la gestión estratégica del medio de comunicación universitario Criollito	
Miguel Denis Duardo, Giovany Peñate Cruz	
03	22
Formación del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje. Potencialidades, fracturas y desafíos	
Dolis Alfonso García, Carlos Fernández Hernández	
04	29
GYDEMA hacia la evolución de una identidad visual	
Lisandra Cuellar Ballaga, Odalys Medina Hernández	
05	37
Gestión de la política para la atención a la dinámica demográfica desde la comunicación	
Yadanna Pérez Rodríguez, Gerardo Iglesias Montero, Marianela Dávila-Lorenzo	
06	44
Consideraciones teóricas sobre el análisis del discurso a programas informativos en emisoras comunitarias	
Bárbara Milagro Cortellan Conesa	
07	51
Utilización del marketing digital para el desarrollo turístico en los Cantones Tulcán y Mira	
Oswaldo Xavier Torres Merlo, Mireya Silvana Cuarán Guerrero, Sary del Rocío Álvarez Hernández	
08	59
Propuesta de Manual de Identidad Visual para la Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos	
Yenny Díaz Queralta	
09	66
Propuesta estratégica de comunicación institucional para la Dirección Provincial de Salud en Cienfuegos	
Arianna Aguiar Aguiar, Marianela Dávila Lorenzo, Lázaro Omar Valdés Quintana	
10	74
El cine de terror y su influencia en la cultura de masas	
Carlos Francisco Apolo Morán	
11	82
Desafíos éticos de Facebook en el respeto a la reputación personal en la ciudad de Puyo	
Miguel Eduardo Velastegui, Alex Wellington Paredes Suarez, Jean Carlos Naranjo Guerra	
12	90
Periodismo móvil y redes sociales como plataforma de comunicación en tiempo de desastres naturales y pandemias	
Sabdiel Batista Díaz	
13	97
La calidad de la pronunciación en la clase de Práctica Integral de la Lengua Inglesa	
Patricia Fundora Ramírez	
14	104
Gestión de la responsabilidad social organizacional en la Empresa Megahielo, Cantón Santa Rosa, Provincia El Oro	
Andreína Inés González Ordóñez, Byron Steven Noblecilla Troya	
15	111
La transferencia tecnológica del sistema de balanza de la aduana de Cienfuegos	
Adis López Montalván	
Salvador David Soler Márchans	

16	117
Propuesta de gestión sociocultural para el fomento de jóvenes en una cooperativa de crédito y servicio Diana Deandra Alejo Rojas, Yannet López Verdecia	
17	126
La gestión de salud en la integración latinoamericana y caribeña María del Carmen Pérez González	
18	132
Pertinencia de la disciplina gestión y promoción de la música en el Plan “E” de la Licenciatura en Música Alegna Jacomino Ruiz, Raúl L. Rojas Quintana, Lisandra Moreno Quintana	
19	138
Influencia del consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la secundaria básica Dunia María Reyes Hernández, Lazara Lucía Cruz Bauta	
20	144
Hacia una conceptualización de la violencia en el noviazgo Yamila Ramos Rangel	
21	152
Derechos de los niños y adolescentes ante situaciones de emergencia. Reacciones y recomendaciones para disminuir sus efectos negativos Mónica Del Rocío Mosquera Endara, María José Calderón Velásquez, Lola Ximena Cangas Oña	
22	160
Memoria, identidad y anhelos en video-cartas haitianas Fátima e Silva de Freitas	
23	168
La dorada medianía en Pepita Jiménez Yitong Liu	
24	173
Influencia de las actividades recreativas en la calidad de vida de los adultos mayores Maitte Bermúdez Chaviano, Yoelvis Vega Pérez, Yoney Calderón Villa	
25	180
Análisis de las perspectivas educativas en consultorios jurídicos a través de la Metodología SCRUM Andrés Roberto León Yacelga, Rita Azucena Díaz Vásquez, Jorge Lenin Acosta Espinoza, Marco Antonio Checa Cabrera	
26	188
Estrategia para la exportación del carbón vegetal en la Empresa Acopio Cienfuegos Regla Díaz Macías, Yanelys Álvarez Sánchez, Ramón Rodríguez González	
27	196
Análisis del uso de las plataformas digitales de la Universidad de las Artes Sahily Báez Almeida	
28	205
Transnacionalización de prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización Yusymit Castillo Guerrero, Yamilé Ferrán Fernández, Lissette Hernández García, Ramón Torres Zayas	
29	214
La comunicación: historia y retos para la teoría latinoamericana Dagmara Barbieri López	
30	221
Consecuencias del uso desmedido de las redes sociales en la adolescencia Carmen Idalmis Toledo Fernández, Jorge Félix Massani Enríquez	
Normas	230

EDITORIAL

MSc. Mayre Barceló Hidalgo¹

E-mail: mbarcelo@ucf.edu.cu

¹Universidad de Cienfuegos. Cuba.

Estimados lectores:

La comunicación ha sido considerada históricamente como una práctica social inherente al ser humano que expresa la esencia de un proceso sociocultural básico que se da en diferentes espacios públicos o privados. A juicio de Orozco (1997), es el soporte simbólico y material del intercambio social en su conjunto, herramienta de interlocución, lenguaje y lógica de articulación de discurso, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, ámbito donde se genera, se gana o se pierde el poder. Por ende, aún sigue siendo un fenómeno complejo de conceptualizar.

Es a la vez, una disciplina académica que se investiga y enseña; y una profesión que se integra cada vez más en diversos entornos sociales e institucionales. Al respecto Sánchez (2002) enuncia que “la comunicación se construye como objeto de conocimiento y como sistema de prácticas específicas reconocidas y validadas interiormente logrando así su autonomía en relación a las reglas de validación de otros dominios” (p.27).

Esta joven rama de la ciencia surge a principios del siglo XX como consecuencia de las inquietudes epistemológicas que generaron el surgimiento de los medios de comunicación masiva (sobre todo la radio y el auge del cine) y la preocupación por la transmisión eficiente de información, junto a la necesidad de conocer los efectos que producían estos medios en las audiencias. De ahí que los primeros estudios sobre comunicación estuvieran marcados por bases metodológicas de diversas disciplinas como la psicología, la matemática-cibernética, la filosofía, la lingüística, entre otras.

El presente número de la Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo, correspondiente al periodo enero-abril de 2024, pone a su disposición 15 valiosas contribuciones al estudio de la comunicación social. Resultan significativos el estudio de Eida Mercedes Caro Nodarse en relación al uso del humor gráfico para la representación de la agenda pública del periódico 5 de Septiembre de Cienfuegos; la propuesta innovadora de gestión estratégica para un medio de comunicación universitario de Miguel Denis Duardo y Giovany Peñate Cruz; así como, la investigación de Sabdiel Batista en relación a la aplicabilidad del periodismo móvil y las redes sociales en situaciones de emergencia sanitaria o desastres naturales.

Paralelamente se ubican otros artículos vinculados a dimensiones de la comunicación institucional. Tal es el caso de Yenny Díaz Queralta con una propuesta de manual de identidad visual para la delegación territorial del CITMA; Lisandra Cuellar y Odalys Medina con una auditoría de imagen visual a la Empresa GydeMa en Cienfuegos; Arianna Aguiar, Marianela Dávila-Lorenzo y Lázaro Omar Valdés exponen las pautas para el trazado de la Estrategia de Gestión de la Comunicación Institucional para la Dirección Provincial de Salud Pública de Cienfuegos; y Oswaldo Xavier Torres, Mireya Silvana Cuarán y Sary del Rocío Álvarez ponen de manifiesto el uso efectivo del marketing digital para mejorar la actividad turística en entornos naturales del Ecuador. Se unen también, el análisis de Pérez, Iglesias y Dávila-Lorenzo sobre las particularidades de la comunicación en población, así como, la propuesta de Alfonso y Fernández sobre las bases curriculares, institucionales y técnicas para la formación profesional del comunicador social desde un Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje.

Muchas gracias por acompañarnos

Directora de RCCD
MSc. Mayre Barceló Hidalgo

Referencias Bibliográficas

- Orozco Gómez, G. (1997). La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios. Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Sánchez Ruíz, E. (2001). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda. *Diálogos de la comunicación*, (64), 24-35.

Caricatura y opinión pública en el Periódico 5 de septiembre: los Gemelos de Villafaña

Cartoon and public opinion in 5 de septiembre Newspaper: los Gemelos de Villafaña

Eida Mercedes Caro Nodarse¹

E-mail: mercycaro@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7138-8917>

Esperanza Andrea Madruga Torreira²

E-mail: emadruga@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1743-1272>

¹Periódico 5 de Septiembre. Cienfuegos, Cuba.

²Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Caro Nodarse, E. M., Madruga Torreira, E. A. (2024). Caricatura y opinión pública en el Periódico 5 de septiembre: los Gemelos de Villafaña. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 6-13. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Tiene el humor gráfico una amplia efectividad en la prensa escrita de Cienfuegos. La importancia que este género adquiere como fuente para el establecimiento de una agenda pública o como parte de la propia agenda pública del medio de comunicación se demuestra con los resultados parciales de la investigación, donde se considera a la caricatura como una herramienta de comunicación eficaz, entendible para todos los públicos, así como elemento autónomo en el análisis crítico de la actualidad. El empleo del humor gráfico como inofensivo para algunos y denostado para otros, constituye en realidad una alternativa poderosa en la denuncia de la crisis de valores, la indisciplina social, las impericias administrativas, la falta de gestión estatal, entre otras. En la caricatura el medio es el mensaje. La columna gráfica Los Gemelos constituye una opción válida para el tratamiento de la agenda pública del periódico 5 de Septiembre, colmado muchas veces de compromisos editoriales que atentan contra el correcto tratamiento de la actualidad y la cotidianidad de los cienfuegueros. La efectividad del mensaje depende en alto grado de un buen canal para transmitirlo y en este caso, el humorismo es un excelente vehículo para trasladar el mensaje del comunicador al receptor, y producir en él la reacción que completa el ciclo de la comunicación.

Palabras clave:

Humor gráfico, Prensa escrita, Agenda pública, Opinión.

ABSTRACT

Graphic humor is widely effective in Cienfuegos' written press. The importance that this genre acquires as a source for the establishment of a public agenda or as part of the media itself public agenda, is demonstrated with the partial results of the research, where cartoons are considered as an effective communication tool, understandable for all audiences, as well as an autonomous element in the critical analysis of current events. The use of graphic humor as harmless to some and reviled by others, is actually a powerful alternative in denouncing the crisis of values, social indiscipline, administrative malpractice, lack of state management, among others. In the cartoon, the medium is the message. The graphic column Los Gemelos constitutes a valid option for the public agenda treatment of the 5 de Septiembre newspaper, often filled with editorial commitments that go against the correct treatment of current events and the Cienfuegos population daily life. The effectiveness of the message depends on a high degree of a good channel to transmit it and in this case, humor is an excellent vehicle to transfer the message from the communicator to the receiver, and producing in it the reaction that completes the communication cycle.

Keywords:

Graphic Humor, Written press, Public agenda, Opinion.

Introducción

Históricamente la prensa escrita ha cumplido un papel protagónico en contar las noticias diarias que influyen en la sociedad, para satisfacer con ello la necesidad que tiene el ser humano de conocer lo que ocurre a su alrededor. Sin embargo, a principios del siglo XXI el periodismo ha sido objeto de una transformación similar a lo que pudo suponer la imprenta de Gutenberg en el siglo XV, con la introducción de las nuevas tecnologías de la comunicación.

Otra de las tendencias actuales es que el hombre lee cada vez menos, abstraídos con el móvil o la tableta, y donde muchos se preguntan, ¿para qué leer? si hay televisión (y múltiples programas de entretenimiento para todas las edades y gustos), chismes de revistas, videojuegos, cine, música, computadoras, celulares, moda, fiesta, vida social. De ahí la exigencia de mostrar en imágenes una realidad que camina junto a los ciudadanos día a día y entre esas imágenes resalta el empleo de las caricaturas y viñetas dentro del humor gráfico, considerado como un género periodístico capaz de expresar un compromiso cívico a través del ingenio y la creatividad, pretendiendo contribuir a la reflexión y a la acción en torno a un tema o personaje de interés público.

El humor gráfico cumple con el objetivo de la formación de la opinión pública reservada al editorial o al propio comentario. Para nadie es un secreto que una imagen vale más que mil palabras, por eso es que la caricatura, viñeta o ilustración gozan de una gran aceptación entre los lectores por su mayor accesibilidad.

Sin embargo, y a pesar de tal descubrimiento, los estudios acerca de la historia del humor gráfico en Cienfuegos son escasos y no suplen el vacío historiográfico respecto a este arte en el contexto de la prensa escrita local. Ha sido un problema el hecho que los alumnos de la carrera de Periodismo o Comunicación Social decidan abordar en sus trabajos de diploma la función que ejerce el humor gráfico en las páginas del periódico 5 de Septiembre de Cienfuegos.

Salvo la tesis de grado de Villafaña (2011), donde a partir de la perspectiva sociocultural se realizó el estudio del comportamiento del humor en citado medio de prensa escrita; no existe otra investigación que centre su mirada en este género en el territorio. Algo contradictorio, pues el 5 de Septiembre cuenta con la columna gráfica Los Gemelos, sección que muestra un amplio uso de estas imágenes gráficas en sus páginas de opinión y reportajes de investigación periodística, y por lo tanto bien merece una investigación más profunda.

Es por ello que resulta necesario indagar sobre la función opinativa de este espacio dedicado al humor gráfico, que sale bajo la firma de Villafaña (Manuel Villafaña Sacerio, diseñador, caricaturista, humorista y pintor), el cual se inserta desde hace dos décadas en la página 8 (aunque en sus primeros años aparecía en la página 4), del periódico cienfueguero.

La revisión preliminar de los ejemplares estudiados, así como de la bibliografía correspondiente, permite que el estudio parta de la premisa que se presenta a continuación: El periódico 5 de Septiembre utiliza la caricatura en la

mayoría de los trabajos de la página de opinión (3ra), así como en las 4ta y 5ta como parte del cuerpo de los materiales para hacerlos más atractivos, promover el debate e influir en la opinión pública. Con igual propósito sale la tira humorística La Picúa, así como la columna gráfica Los Gemelos, que se acerca a la agenda pública del territorio al tratar temas complicados de la sociedad.

En efecto, si bien las viñetas periodísticas pretenden entretener al lector y generar efectos humorísticos o al menos provocar una sonrisa, su verdadero objetivo reside en aludir a la actualidad sociopolítica de una manera ingeniosa y sorprendente, presentar una mirada crítica y, en última instancia, emitir un juicio. Así, no cabe la menor duda de que el viñetista se posiciona ante situaciones sociales y políticas complicadas y busca alertar y hacer reflexionar al lector.

Resulta este el planteamiento principal del artículo, al confirmar la capacidad de la columna gráfica Los Gemelos de mover opiniones y hacer reflexionar, sobre todo, cómo logra acercarse a la agenda pública del territorio cienfueguero. Entonces se plantea una interrogante: ¿Cómo la columna gráfica Los Gemelos se acerca a la agenda pública del territorio cienfueguero? Y para responderla se propone como objetivo: Demostrar cómo Los Gemelos se convierten en herramienta indispensable para el tratamiento de la agenda pública de Cienfuegos.

Materiales y métodos

Desde el punto de vista metodológico la presente investigación constituye un estudio descriptivo, de acuerdo con las clasificaciones ofrecidas por Hernández et al. (2014), debido a que se propone detallar el comportamiento de determinado fenómeno (en este caso la columna gráfica Los Gemelos y su acercamiento a la agenda pública, toda vez que constituye un instrumento de crítica social) y “evalúa diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (Hernández et al., 2014, p. 76).

Según los criterios establecidos por Hernández et al. (2014), la presente investigación realizó una selección muestral no probabilística, intencional por criterio; pues, de los 20 años de existencia de la columna, fueron revisados los últimos cinco (2018 a 2022) periodo en que el país se ha visto afectado por la falta de combustible, lo cual ha llevado a imponer una férrea contingencia energética, así como modificar las rutinas productivas dentro de la redacción periodística. A ello se une la pandemia provocada por la Covid-19, que trajo consigo el desabastecimiento de productos alimentarios, medicamentos y otros, y la modificación de las maneras de hacer periodismo, al tener que recurrir al trabajo a distancia y al teletrabajo. De igual modo, repercute una inflación, con un aumento sustancial de los precios en mercancías y alimentos.

Esta etapa también coincide con el periodo en que la investigadora asume la dirección del medio de prensa. No obstante, se recopilaron todos Los Gemelos publicados por el periódico desde el 14 de noviembre de 2003 hasta diciembre de 2022, con el marcado interés de elaborar con posterioridad un proyecto comunicativo más abarcador.

Con el propósito de conocer cómo se acercan Los Gemelos a la agenda pública del periódico 5 de Septiembre, se

decide trabajar con las publicaciones del periódico impreso: 261 ejemplares de la etapa 2018-2022. Entre todas las caricaturas que conforman los ejemplares del «5» y que existen en archivo, se eligieron las caricaturas de la columna gráfica Los Gemelos comprendido en igual período, donde se publicaron 213.

Para la recolección de datos y la obtención de los resultados de investigación, se aplicaron diferentes métodos y técnicas. En cuanto a los métodos empíricos de investigación se emplea el método bibliográfico-documental, y su técnica de revisión bibliográfica documental, el cual resultó clave para el detallado estudio de la literatura existente sobre el objeto de investigación, y la correspondiente definición conceptual del mismo, a partir de los presupuestos teóricos encontrados (Alonso y Saladrigas, 2002), sobre el carácter de la caricatura como instrumento de crítica social. También se asumió el análisis de contenido para el estudio de la columna gráfica objeto de estudio.

Resultados-discusión

Desde la existencia misma de la prensa escrita comenzaron a aparecer algunas de las manifestaciones humorísticas, aunque no con la intención que muestran en la actualidad. Es por ello que para los editores y directivos de los medios de comunicación el humor juega un papel fundamental en la nueva estrategia editorial, pues en hechos importantes y de gran trascendencia -como son los relacionados con el terrorismo de estado, las guerras, las invasiones, las pandemias, los desastres o fenómenos naturales y las crisis económicas, entre otros temas globales, nacionales o locales-, interpreta, sin complejo, su función de editorial e incide con total eficacia en la opinión pública.

Que la caricatura es un avío lúdico de comunicación no es nuevo, pues se ha investigado desde hace más de un siglo que las imágenes tributan mensajes que dan sentido a la realidad. Esta, porta signos que escapan de las zonas de poder, reflejan tiranteces y reflexiones sobre personajes, comunidades o sucesos que inducen a pensar los entornos de la existencia social, económica y cultural.

Esta manifestación gráfica emerge por vez primera en Cienfuegos, hallazgo realizado por Hernández y Piñero (2007), cuando investigaban para la elaboración del libro Historia del humor gráfico en Cuba. Estaba dedicada a Don Louis De Clouet, y se la enviaron el 22 de febrero de 1833.

Opinión pública y caricatura: ¿un dúo ocasional?

Por insertarse en un medio de forma gráfica, por su elevado contenido de humor y entretenimiento, y por su rápida y cómoda lectura, la caricatura tiene una enorme afinidad con las audiencias; en virtud de tales características y de la cotidianidad de sus representaciones, logra que miles de personas conozcan su discurso y, con ello, induce una carga ideológica que le sugiere a cada individuo tomar partido. Más que una herramienta para reseñar o detallar hechos puntuales, la caricatura le permite al ciudadano acercarse a un escenario y reconstruir supuestos sociales, políticos, económicos y culturales, percatándose de los temas e impresiones que están en la mira de la opinión pública.

Por mucha exageración, desproporción, reducción o cualquier otro elemento que pueda existir en una caricatura, ésta siempre deberá ser un retrato en el sentido de que () ha de ser necesariamente reconocible e identificable para que pueda existir, de ahí que la caricatura no pueda detenerse en lo externo sino en lo verdaderamente característico de lo que se quiere representar, debe estar en la divagación psicológica (). Esto implica ir más allá de un simple retrato físico para poder llegar a un retrato psicológico (Peláez Malagón, 2002, s.p).

El contenido abstracto de la caricatura hace que las audiencias se vean interesadas en ella, generalizando un mensaje y creando imaginarios de cara a situaciones, personajes e instituciones. Los medios de comunicación, en general, de acuerdo con sus características de visibilidad, inmediatez y difusión, son bastante adecuados para filtrar impresiones y saberes sobre un tema puntual. Pero aparte de cumplir con una actividad informativa y analítica, en su faceta mediática, la caricatura verifica una forma de control, ya que involucra a la sociedad y abre el debate entre una posición crítica y la realidad.

En ella existe una forma de razonamiento agudo con suficiente fuerza para hacerse notar. Enmarcada por un formato de cuatro esquinas, usualmente con un título como encabezado, y acompañada de un dibujo o fotografía y de un relato o narración, estimula la participación social mediante una reflexión que, explícita o implícitamente, procura irrumpir en el quehacer del actor estatal y en la conciencia civil. Su destreza está en facilitar la comprensión del pensamiento social en un contexto específico.

En definitiva, es un retrato del panorama regional, nacional o internacional, que se justifica como mecanismo para aliviar la tensión social, pero que también cumple con otras funciones, por ejemplo, establece y forma parte de la opinión pública; de vez en cuando, agita y moviliza al conglomerado social e, incluso, presiona y contribuye a la corrección de incoherencias, a la solución de problemas y a la modernización del Estado.

En la caricatura puede decirse que el medio es el mensaje. La efectividad del mensaje depende en alto grado de un buen canal para transmitirlo y en este caso, el humorismo es un excelente vehículo para trasladar el mensaje del comunicador al receptor y producir en él la reacción que completa el ciclo de la comunicación.

También puede encerrar en unos trazos ideas más concretas y complejas que las contenidas en un extenso discurso, por cuanto es capaz de descubrir y sintetizar el lado positivo y negativo de las estructuras sociales; por ello, llega a mayor número de personas e, incluso, se puede hacer comprensible a los diferentes estratos de la sociedad. La crítica va directamente a lo esencial, sin detenerse en lo superficial y deja, pasada la risa momentánea, la idea como motivo de reflexión y de análisis.

Agenda pública y caricatura: una alternativa para el periódico 5 de Septiembre

En la sociedad actual, donde el auge de las nuevas tecnologías globales y la consolidación de la industria de la información configuran la era de las comunicaciones masivas,

los medios se están convirtiendo en el primer poder por su manejo y posicionamiento en temas dirigidos a la opinión pública. Es decir lo que lee, ve y escucha la gente hoy, pasa por temas, personajes y hechos que los medios seleccionan y lanzan como noticia.

Diariamente, se difunden hechos noticiosos que pueden ser de distintos asuntos. No obstante, los acontecimientos abordados a lo largo del tiempo, gracias a su reiteración, se convierten en temas que, ordenados jerárquicamente, componen la agenda mediática. Si esta agenda se nutre de los temas que presentan los medios de comunicación en su emisión diaria, la agenda pública se compone de los principales problemas que los ciudadanos observan en su entorno.

El modelo que ha explicado con más éxito los efectos que producen los medios de masas y cuáles son sus relaciones con la opinión pública ha sido la Teoría de la Agenda Setting, que está enmarcada en los estudios de los efectos a largo plazo. En dicha teoría se enfatiza el poder de los medios de comunicación para atraer la atención hacia ciertos temas o problemas y al mismo tiempo crear los marcos de interpretación de los acontecimientos sociales. McCombs (2006) refuerza esta idea al afirmar que:

las noticias diarias nos avisan de los últimos acontecimientos y de los cambios en ese entorno que queda más allá de nuestra experiencia inmediata () Los editores y directores informativos, con su selección día a día y su despliegue de informaciones, dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de cuáles son los temas más importantes del día. Esta capacidad para influir en la relevancia de las cuestiones del repertorio público es lo que se ha dado en llamar la fijación de la agenda por parte de los medios informativos (p.24).

En el caso del periódico 5 de Septiembre, para nada ajeno a las mismas problemáticas del resto de los medios de comunicación en Cuba, ha buscado como solución el empleo del humor gráfico, y sobre todo, de la columna gráfica Los Gemelos, a fin de destacar aquellos temas más acuciantes, que impactan a la sociedad y al ciudadano en su cotidianidad. De ahí que temas como el desabastecimiento de productos alimenticios, medicamentos, el alto precio de los mismos en el mercado formal e informal, la situación del transporte público, entre otros, sean la razón de su publicación cada semana.

Desde 1980 “año en que se funda el periódico 5 de Septiembre, de Cienfuegos”, la política editorial del «5» con respecto al humor gráfico ha sido consecuente con los propios beneficios y ventajas que este género aporta, por tanto, son utilizadas en sus páginas caricaturas en todas sus vertientes, de ahí que los diferentes géneros del mismo estén presentes en las ediciones.

La primera muestra de humor se ubica en la edición del 6 de septiembre de 1980 (se desconoce su autor) en la sección Al Día, de la página tres, la cual estaba dedicada a plasmar las noticias de último minuto protagonizadas por el pueblo cienfueguero. Posteriormente en la edición fechada con el 3 de octubre de dicho año, aparece en la página dos del entonces diario, una caricatura personal del artista de la plástica Wifredo Lam, de Jorge Luis Posada.

Por aquello de que «una imagen vale más que mil palabras» “adagio en varios idiomas que afirma que una sola imagen fija (o cualquier tipo de representación visual), puede transmitir ideas complejas (y a veces, múltiples), un significado, o la esencia de algo de manera más efectiva que una mera descripción verbal o textual”, el semanario cienfueguero ha hecho suyas estas obras gráficas en busca de que sus lectores-públicos detengan su mirada, primero en la imagen gráfica y luego se interesen por el texto propuesto.

Recurrir a este medio de expresión plástica brinda una comunicación personal a cada lector. Es por ello que se ha tornado una práctica en el periódico 5 de Septiembre acompañar los trabajos de opinión y los reportajes investigativos con alguna caricatura alegórica al tema tratado. Sobre todo porque la caricatura periodística resulta uno de los elementos de comunicación de actualidad más poderosos: unas pocas imágenes pueden expresar mucho, incluso partiendo de ideas muy abstractas.

Según manifiesta en entrevista personal J. Martínez Molina, subdirector general de la Editora 5 de Septiembre:

El periódico desde su surgimiento, ha representado como institución el trabajo de los humoristas en la provincia con la aparición en sus ediciones de caricaturas que apoyan visualmente los artículos periodísticos, así como el reflejo de determinada situación política nacional o internacional en sus páginas. La aparición de la tira cómica La Picúa, el 7 de febrero de 1982, potenció, aún más, el trabajo de la Editora con el humor (J. Martínez Molina, comunicación personal, 16 de junio de 2023).

Los trabajos de humor gráfico aparecidos en sus páginas están enfocados hacia problemáticas sociales: indisciplinas sociales, colas, revendedores, ruido ambiental; económicas, donde se trata el desabastecimiento de algunos alimentos, los precios elevados de los productos agropecuarios; y políticas, respaldando el proceso electoral en el país, denunciando el terrorismo, el bloqueo contra Cuba, las elecciones en Estados Unidos, el referendo constitucional cubano, de ahí que los géneros más trabajados sean el social-costumbrista, económico y político los que en esta etapa transitan por las páginas de opinión, centrales y la tira cómica en la contraportada. Y de manera especial con la columna Lineazo de la página primera o portada.

La tira cómica La Picúa estuvo durante un tiempo en la página número cuatro del semanario, pero hace varios años fue desplegada hacia la ocho. Su espacio siempre está dado en forma horizontal en la parte inferior de la plantilla de diseño y de acuerdo con su tamaño e importancia son colocadas tres (a veces por problemas de espacio se colocan, dos o una, incluso en algunas oportunidades se ha tenido que prescindir de ella). Junto a la tira, se encuentra desde hace 20 años la columna gráfica Los Gemelos.

Siempre en la tira cómica de los años 80 aparecerían tres caricaturas, a veces trabajos sueltos, y otras tiras como A.N.E (Antes de Nuestra Era) que realizaba el finado Douglas Nelson (fundador del periódico, diseñador y artista gráfico), esta aludía a la era de los cavernícolas, tratando aquí el humor general como género; era un espacio que se adueñaba de diversas temáticas, extrapolando una

época con otra. Tiempo después Eduardo Torres (Zuki) se incorporó junto con otros exponentes de este género, como Diego del Junco y Javier Cubero. Hay que destacar que la tira humorística solo salía en la edición dominical, en la página 4 (por supuesto que cuando el periódico 5 de Septiembre era un diario, de formato sábana y con cuatro páginas). Al respecto J. Martínez Molina expuso:

La caricatura deviene así imagen del comentario, que aparece en la página de Opinión (3ra) del periódico 5 de Septiembre, al complementar lo que este dice y ayudar al lector a una más fácil comprensión del tema, a veces sin necesidad de leer todo el trabajo. Estimula los sentidos del receptor, y se constituye como gancho a partir del cual este se dispone a decodificar el texto. Su función no solo consiste en criticar, aunque ello se le adecua muy bien, sino también en elogiar o acercarse a temas sensibles de la manera más delicada posible (J. Martínez Molina, comunicación personal, 16 de junio de 2023).

Similar estrategia se emplea en el periódico cienfueguero con los reportajes de interpretación publicados en las páginas centrales (4ta y 5ta). J. Martínez Molina refirió:

Al utilizar las caricaturas como complementos de los mismos; incluso en la gran mayoría de estos trabajos se sustituye la imagen fotográfica por las caricaturas, por el efecto que estas producen en el lector, no solo de risa sino de reflexión (J. Martínez Molina, comunicación personal, 16 de junio de 2023)

Y como editorial ocupa el espacio de la página 1ra de la edición impresa con otra columna gráfica: Lineazo, un poco más dedicada al tema de la actualidad política nacional e internacional. También en el sitio web se ha convertido en una costumbre el empleo de las caricaturas como imagen principal de los trabajos de investigación, aunque después en el despliegue de los mismos aparezcan las fotografías, gráficos, infografías que los autores del trabajo hayan concebido.

Los Gemelos, el “Villa” y la agenda pública en el periódico 5 de Septiembre

El 14 de noviembre de 2003 (ya hace 20 años) la columna gráfica Los Gemelos comienza a acompañar a la tira humorística La Picúa. Su creador Manuel Villafaña Sacerio (Villafaña) en una entrevista al periodista del periódico 5 de Septiembre, Martínez Molina apunta:

El objetivo básico de la sección es plasmar un elemento vivencial recogido en la calle, y que funcione con gracia. La gente sigue mucho a Los Gemelos, existen personas que la coleccionan; antes solía preguntarme por qué, y es a causa de su conexión con las problemáticas sociales. Un militante de un núcleo del Partido me dijo algo que me alegró mucho, me aseguró que en su estructura política la utilizaban de material de análisis, como herramienta de trabajo. Discutían a partir de lo reflejado en la sección (Martínez Molina, 2008, p. 6).

Los Gemelos gráficamente tratan de resolver una idea con un elemento visual sencillo, su concepción gráfica está dada por una loma de la que salen siempre dos o un globo, a veces con más texto y en otras mediante una pregunta

y su respuesta. Los personajes, ambos de sexo masculino nunca se ven e interactúan siempre a partir de una contradicción de criterios.

El día de mañana, cualquiera podrá tomar esa sección (como tantas otras del humor gráfico nacional), y le resulte posible efectuar un diagnóstico de por dónde andaba la sociedad cubana a esta fecha. Los Gemelos son otra crónica de la vida cotidiana. Constituye mi mayor interés, comunicarme con el lector, reflejarlo en sus azares del día a día, que diga: mira, esto es lo que hay (Martínez Molina, 2008, p. 6).

Desde la auténtica consecuencia creativa que delata el profundo sino gráfico en el obrar de Manuel Villafaña Sacerio, incluso a partir de sus meros inicios en la palestra artística cienfueguera y cubana, hemos apreciado caricaturas no exentas de la imprescindible ingenuidad que resguarda en cada ser humano la pureza.

El concienzudo humorista gráfico aborda un mundo para nada ajeno a sus congéneres, pues la realidad se marca en la columna semanal como lo cotidiano, donde cada una de ellas invita a cabalgar, desafiar el ancho mundo del día a día del cienfueguero oteado con su telescopio.

Metaboliza el artista el ente real y lo lanza a su ruedo para que vuele una y otra vez por la ciudad, así lo pintoresco cubano se revela a salvo gracias a la sincera aprehensión que de su cultura hace el creador. Esa constante inquietud le aporta densidad al polo crítico más urticante incluido en su obra, una proyección estética, cuyo costado insolente ampliaría también sus intencionalidades conceptuales bien marcadas en algunas de ellas, al recrear el caos citadino, ese donde convergen el drama humano que subyace en el carácter administrativo y político que ostenta la ciudad con las implicaciones que ello aporta a la estructura social y la actividad económica (Ver Figura 1).

Fig 1: Columna gráfica Los Gemelos



Fuente: Periódico 5 de septiembre

Más allá del chiste gráfico existe un producto que, bajo la misma forma, realiza otra función que no es la puramente amena. Es lo que podría denominarse como la columna gráfica, dada la relevancia de la firma y teniendo en cuenta que forma parte de una sección fija del periódico. La esencia de este planteamiento es, justamente, la función que ejerce dicho producto periodístico.

Los Gemelos, pueden encuadrarse dentro del macrogénero iconográfico y, dentro de este, pueden tener tanta capacidad argumentativa como un editorial o tratarse de un simple chiste. Actualmente se vive un auge de la iconografía con carga argumentativa.

Sobre los personajes que conforman la acción, no se puede pasar por alto el hecho de que lo habitual es que éstos carezcan de personalidad propia de manera que el receptor puede verse reflejado en la narración. De la misma manera, estos personajes actúan como sinécdoque de la sociedad de la misma manera que se han detectado casos en los que el autor del producto se autorrepresenta, recurriendo a personajes imaginarios protagonistas de sus propias situaciones. Sobre esta cuestión cabe destacar la capacidad arcaica de los personajes, capaces de situar la acción en un momento histórico determinado.

En términos generales, esta serie informativa se caracteriza por los epítetos, antítesis y juegos de palabras, además de las interrogaciones retóricas y las situaciones de suspensión (Ver Figura 2). Villafaña recurre con asiduidad a las permutaciones lógicas e ironías. Es interesante destacar que la columna gráfica, a pesar de delimitarse dentro de la iconografía, lo cierto es que en el plano lingüístico es fundamental para la correcta interpretación del mensaje por parte del receptor, ya que utiliza en no pocas ocasiones, letras de canciones bien conocidas o títulos de libros, así como frases propias del argot popular.

Fig 2: Columna gráfica Los Gemelos



Fuente: Periódico 5 de septiembre

Una de las características esenciales del periodismo es su inherente vinculación con la actualidad. De esta manera, y partiendo de la base de que el humor gráfico es un producto periodístico, este ha de cumplir necesariamente con la premisa de actualidad. A priori, el estudio de Los Gemelos confirma que las viñetas cumplen con este requisito.

Los viñetistas se han convertido en buques insignia de la organización, por lo que se asume que la columna gráfica actúa como si de un editorial o comentario se tratara. A este respecto, Vargas especificó que las viñetas “deben considerarse como la expresión de la opinión personal del autor de la viñeta () Un punto de vista personal que, como en el caso de otros artículos, se vale el periódico” (1999, p.163).

Las características de las caricaturas de prensa hacen de ellas una excelente herramienta para el análisis crítico de la realidad, de la que son testimonios a veces excepcionales contribuyendo de forma poderosa a la construcción de la imagen de la realidad social y política que se realiza desde los periódicos. Muchos temas que no se tratan habitualmente en las páginas del periódico 5 de Septiembre son reflejados a través de la caricatura, y una vía eficaz lo ha sido, precisamente, la columna de humor gráfico Los Gemelos, de Villafaña la cual aparece cada semana en la página 8 del semanario y desde hace unos meses en el sitio web del medio de comunicación.

Las colas y coleros, el alto precio de los productos del agro, el transporte público, las indisciplinas sociales, los salideros y vertederos que pululan en la ciudad, el mercado subterráneo, entre otros temas, se abordan en la sección (Ver Figura 3).

Fig 3: Columna gráfica Los Gemelos



Fuente: Periódico 5 de septiembre

Los Gemelos de Villafaña devienen una suerte de cronistas de la existencia cotidiana, una especie de caricatura social, costumbrista:

Fue simplemente una broma consistente en dos personajes arriba de una loma, que no se ven, con dos globos, a veces con más texto, en otras mediante una pregunta y su respuesta. Busqué dos personajes que interactuaran a partir de una contradicción de criterios; no por misoginia ni nada por el estilo, pero escogí a dos hombres (Martínez Molina, 2008, p. 6).

Seguramente, el autor de estas entelequias inmateriales (al menos figurativamente) no sospechó entonces el alcance potencial de su invención, que su pereza, como la calificara el finado Douglas Nelson Pérez “destacado diseñador gráfico, caricaturista y pintor”, promovería tales fabulaciones hasta el imaginario popular. En principio, se está ante un profesional sagaz o de inteligencia aguda, con saberes incorporados a su condición de diseñador. Esta regularidad es la que favorece los niveles de síntesis, esa disposición para hacer más con menos, como decía Bachs, muy a tono con la escuela cubana de diseño de las décadas de 1960 y 1970 y el espíritu de la academia de diseño japonesa (Urrea Maqueira, 2020).

En sus escenificaciones existe una estructura retórica: tres planos yuxtapuestos (la superficie, la montaña y el cielo), dos actantes que discurren y reaccionan físicamente (el sol, la luna, las nubes, aves, etc.) y los roles inferidos (Él y Él, invisibles en la cresta de la loma). Esta ordenación recuerda en mucho los principios de la pintura asiática y religión budista, que establece la ascensión como armonía divina y le permite, teniendo en cuenta que los personajes son lugareños, aunque se expresan como urbanos, una focalización de los globos, ubicados del centro hacia arriba. Hipotéticamente, ambos (Él y Él) habitan en el lomerío o acuden allí a laborar, aprovechando las circunstancias para dialogar sobre la realidad de una isla llena de permutaciones.

Justo, el diálogo responde al sentido socrático de preguntas y respuestas, en la que se construye una idea sobre la base de supuestos juicios encontrados: “El objetivo básico de la sección es plasmar un elemento vivencial recogido en la calle, y que funcione con gracia” (Martínez Molina, 2008, p. 6). Empero, entiéndase esta «gracia» como una expresión que se aproxima al humor intelectual sin abandonar el espíritu popular, esa entremezcla es lo que le permite ganar adeptos exigentes y no tanto.

El humor de Villafaña descansa en las metáforas verbales que de modo cínico describen sensaciones o subjetividades (gracias a ello los públicos construyen mentalmente sus propios personajes). En la epistemología de la imagen se descubre una relación muy enriquecedora y fresca entre el sujeto inferido y el imaginado, pues ni lo verbal ni lo icónico deforman la realidad. Si la risa conmoviente se produce es gracias a la sencillez con que se expresa el autor, sin lecturas adyacentes.

Desde una dimensión morfológica, no existe una primicia. A todas luces, tampoco importan los signos de los protagonistas (si aparecen entidades reconocibles, como las nubes o los astros, es para dinamizar el estatismo del resto

de las figuras, suministrar cierta perspectiva o volumetría), pues su interés es erigir «imágenes de textos», haciendo uso de referentes que ayudan a la representación mental.

Villafaña dibuja con la claridad de los niños y desde una configuración postmoderna acude al humor como suplemento verbal para representar su pensamiento, toda vez que “el acto de representación borra o agrega necesariamente algo a lo representado” (Efland et al., 2003). De modo que la risa en sus textos es hija de la verdad que aportan esos anexos verbales, el grado de (des)simulación, sin valerse de un alto ras de iconicidad y jerarquizando el concepto (Urrea Maqueira, 2020).

Conclusiones

La columna gráfica Los Gemelos de Villafaña constituyen una fuerte herramienta de crítica social con un doble propósito: provocar la risa y hacer pensar. Han sido, sin lugar a dudas, el mecanismo más eficiente encontrado por la dirección del periódico 5 de Septiembre para abordar la agenda pública del territorio cienfueguero. Más que una herramienta para reseñar o detallar hechos puntuales, la caricatura le permite al ciudadano acercarse a un escenario y reconstruir supuestos sociales, políticos, económicos y culturales, percatándose de los temas e impresiones que están en la mira de la opinión pública.

El análisis de contenido de la columna gráfica evidenció que los temas sociales que conforman la agenda pública del periódico constituyeron los más representativos en el período estudiado, no así los temas políticos. Cumple con el objetivo de la formación de la opinión pública reservada tradicionalmente al editorial o al propio comentario. Con su carga argumentativa ayudan a conformar la opinión pública, al tratar temas complejos dentro de una sociedad, es decir suele funcionar como catarsis de aquellas situaciones que de alguna manera llegan a afectarla: los apagones, el desabastecimiento, la higienización, las indisciplinas sociales, los viales; el transporte, la calidad del pan y los altos precios, entre otros temas de la vida cotidiana.

La columna gráfica Los Gemelos ha devenido en una suerte de cronistas de la existencia cotidiana, una especie de caricatura social, costumbrista de la sociedad cienfueguera de estos tiempos. Su impacto social se mide en esa búsqueda del lector, el cual lo primero que hace cuando recibe el impreso, es leer la columna y ver si el tema de la semana se ha tocado y cómo. Rien como un resorte y a la vez reflexionan, ahí está su día a día, en ese pequeño espacio al final de la página octava donde se posicionó como columna gráfica desde el año 2006.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. M., y Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en comunicación social. Guía Didáctica*. Editorial Pablo de la Torriente.
- Efland, A., Freedman, K., y Stuhr, P. (2003). *La educación en el arte posmoderno*. Editorial Paidós
- Hernández Sampieri, R., Batista, P., y Fernández, C. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw Hill.

- Hernández, A. E., y Piñero, J. A. (2007). *Historia del humor gráfico en Cuba*. Milenio.
- Martínez Molina, J. (2008, 8 de febrero). El secreto del humorista gráfico según Villafaña: Estar a la viva, ver cuánto pasa y reflejarlo con ingenio. *Periódico 5 de Septiembre*, 6.
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda*. Paidós.
- Peláez Malagón, J. E. (2002). *Historia de la caricatura*. <http://sincronia.cucsh.udg.mx/caricatur.htm>
- Urra Maqueira, J. L. (2020, 5 de noviembre). Los Gemelos de Villafaña. *Periódico 5 de Septiembre*, 6.
- Vargas, N. A. (1999). *Periodismo de opinión: claves de la retórica periodística*. Síntesis.
- Villafaña Ramos, C. M. (2011). *El humor gráfico en la prensa escrita como expresión sociocultural de la sociedad cienfueguera de 2000-2010* [tesis de grado, Universidad Central Martha Abreu de Las Villas].

Innovación en comunicación aplicada a la gestión estratégica del medio de comunicación universitario Criollito

Innovation in communication applied to the strategic management of the Criollito university media

Miguel Denis Duardo¹

E-mail: migueldenis0208@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-6709-1968>

Giovanly Peñate Cruz¹

E-mail: gpenate@uclv.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3331-7237>

¹Universidad Central Martha Abreu de Las Villas. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Denis Duardo, M., Peñate Cruz, G. (2024). Innovación en comunicación aplicada a la gestión estratégica del medio de comunicación universitario Criollito. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 14-21. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Los medios de comunicación universitarios enfrentan la obligación de adecuarse a los nuevos espacios y lenguajes comunicativos “permeados por la tecnología”, con renovados modelos de organización, y atinados a las particularidades internas y el contexto externo del equipo productor de contenidos. Las renovaciones en las prácticas de gestión pueden llevar a las empresas periodísticas al éxito entre la vorágine de la actualidad. La presente investigación sistematiza referentes teóricos sobre la innovación en la gestión estratégica de los medios de comunicación universitarios; para a su vez diagnosticar la innovación aplicada en el último año al medio de comunicación universitario Criollito, de la Federación Estudiantil Universitaria de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Los resultados obtenidos sientan las bases para la profundización en el estudio de la innovación de la comunicación en la gestión de los medios de comunicación universitarios, y la aplicación en el proceso de mejora continua del proyecto de comunicación Criollito.

Palabras clave:

Gestión Estratégica, Innovación en Comunicación, Medio de Comunicación Universitario, Estructura Organizacional.

ABSTRACT

The university communication media face the obligation to adapt to the new communicative spaces and languages “permeated by technology”, with renewed organization models, and appropriate to the internal particularities and the external context of the content producing team. Renewals in management practices can lead newspaper companies to success in today's turmoil. This research systematizes theoretical references on innovation in the strategic management of university media to demonstrated the innovation applied in the last year to the Criollito university media communication, of the University Student Federation of the Central University “Marta Abreu”, Las Villas. The results obtained lay the foundations for deepening the study of communication innovation in the management of university media, and the application in the process of continuous improvement of the Criollito communication project.

Keywords:

Strategic Management, Innovation in Communication, University Media, Organizational Structure

Introducción

Los nuevos escenarios comunicativos, marcados por la convergencia mediática, exigen a los medios adecuarse a las nuevas prácticas y rutinas profesionales para garantizar la eficacia del mensaje “a través de los distintos canales” y la sostenibilidad del equipo. La planificación, análisis y reinención constantes en los modelos y métodos de dirección, junto al liderazgo y la práctica del pensamiento estratégico se develan como ejercicio exitoso de las organizaciones mediáticas.

Los medios de comunicación universitarios, enmarcados en esta realidad, enfrentan el reto de reconfigurarse desde su propia concepción para cumplir su misión institucional de posicionar los impactos del desarrollo científico, formativo, la innovación y la extensión de las instituciones de la educación superior, mediar entre los componentes sociales que integran las universidades como sistemas complejos; y de mantenerse en esencia con un gran pluralismo, con un estilo fresco, tono de debate, analítica y crítica.

En las universidades cubanas, estos medios “como procesos básicos de la comunicación institucional” se insertan en las proyecciones del Ministerio de Educación Superior (MES) que plantean entre las estrategias específicas gestionar la comunicación en todos los niveles organizativos y de dirección. La Universidad Central Marta Abreu de Las Villas (UCLV), desde la integración en 2015 y a partir del trabajo iniciado por la Dirección de Comunicación Institucional desde 2016, define en su política de comunicación basar la gestión de la comunicación en los enfoques estratégicos, desde un análisis prospectivo de los entornos, integrada a los procesos institucionales y alineados [con] sus estrategias.

En el Diseño Estratégico del período 2017-2021 (Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, [UCLV], 2017), se reconoce como una debilidad que la implementación de la estrategia de comunicación no satisface las necesidades de la comunidad universitaria. Los estudiantes de la UCLV, como sujetos sociales configuran imaginarios colectivos, percepciones y representaciones de la realidad. La comunicación de medios constituye mecanismo de expresión de la comunidad universitaria, de transmisión del conocimiento hacia la sociedad, y la referida comunidad que les da origen, con su propia lectura de los lenguajes mediáticos.

Por tales motivos, desde la década de 1960 en la UCLV comenzaron a aparecer publicaciones periódicas, volantes o boletines informativos con protagonismo estudiantil (Martín Rodríguez, 2021). La revista El Criollo, los periódicos Criollito, Minicriollito y Bka.com, el blog Debatiendo, y las radiobases universitarias han procurado satisfacer las necesidades comunicativas del público meta solo en algunos períodos de tiempo, pues se disuelven debido a la ausencia de una planificación estratégica que inserte factores de éxito más objetivos que permitan evaluar la racionalidad, eficiencia y eficacia de la gestión comunicativa (García Bermúdez, 2015).

En el caso particular del periódico Criollito, desde su aparición en 1966, ha devenido en el tiempo en varias ocasiones, cada una con la incorporación de nuevas estructuras de funcionamiento, estilos periodísticos, normas editoriales

y periodicidad en sus publicaciones. En agosto de 2021, período marcado por la pandemia de la COVID-19 en Cuba, reaparece como un medio de comunicación universitario esencialmente digital que, con un canal en Telegram como plataforma principal, se propuso informar, educar y entretener a la comunidad universitaria, entonces distante entre varias provincias.

La revitalización del medio constituyó un ejercicio de innovación en comunicación que, un año después de su inicio, las dinámicas internas del medio, sus relaciones organizacionales y vinculación con el público, lo incitan a seguir perfeccionando sus prácticas de gestión. Por ello, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo innovar en la gestión estratégica del medio de comunicación universitario Criollito?

Para responder la pregunta, se traza como objetivo general de la investigación: Elaborar un diagnóstico de la gestión del medio de comunicación universitario Criollito, desde un enfoque de innovación en comunicación. La elaboración de un diagnóstico de la innovación en la gestión estratégica permitirá al medio de comunicación universitario Criollito de la UCLV, una mayor sostenibilidad en el tiempo, funcionalidad interna además de profesionalidad, eficacia y eficiencia de sus contenidos y líneas de mensaje

Materiales y métodos

Desde una perspectiva cualitativa se consideran los significados subjetivos y la comprensión del contexto donde se desenvuelve la unidad objeto de análisis. El estudio evidencia su carácter empírico en la recopilación de datos directamente en la realidad social, pues a través de técnicas de investigación se indaga en las características de la gestión del medio de comunicación universitario Criollito y en la funcionalidad de sus estructuras organizacionales; con la finalidad aplicada de utilizar los conocimientos para resolver necesidades concretas.

Con un enfoque crítico la práctica investigativa se caracteriza por la acción-reflexión-acción, y persigue la comprensión de las necesidades, problemas e intereses de la organización analizada y sus componentes sociales. La profundidad explicativa, establece relaciones de causa y efecto que permiten hacer generalizaciones de la realidad estudiada.

En la investigación se emplea el método bibliográfico documental para consultar la bibliografía y otros materiales útiles para el estudio; e integrar, organizar y evaluar la información teórica y empírica recopilada sobre determinado tema, proceso o fenómeno. Se maneja la correspondiente técnica de revisión bibliográfico-documental para acceder a las diferentes fuentes de información.

El método de investigación-acción se utiliza para incluir en el desarrollo investigativo al grupo estudiado con la finalidad comprender las necesidades y problemáticas desde dentro. Mediante encuestas y entrevistas semiestructuradas, aplicada a los integrantes de Criollito, se implementó la técnica del diagnóstico participativo, en la que la propia comunidad detecta sus problemas y plantea soluciones.

A través de este método, y con la observación participante, el investigador interviene, no es un ente jerárquico ni

separado del grupo, para así conocer las dinámicas de trabajo de los procesos internos, de la elaboración del producto comunicativo, para identificar buenas y malas prácticas con el objetivo de trazar una planificación y organización estratégicas. La investigación aborda el primer proceso del método acción-investigación detección y diagnóstico del problema de investigación

Resultados-discusión

Sistematización de los referentes teóricos

Sobre las diferencias entre la gestión y administración existe cierta confusión teórica y una polémica en la que aún no se alcanza un consenso general. Aunque toda la dicotomía se simplifica a una cuestión de traducción. El término gestión fue empleada mayormente en estudios escritos en inglés, y aunque en las investigaciones se utiliza indistintamente *management* y *administration*, el vocablo más usado en la comunidad anglosajona es el primero.

En cuanto a la estrategia, proviene del griego antiguo *strategos* (estratega), referido a la persona en el ámbito militar encargada de asegurar la victoria o evitar la guerra. Esta significación la sostiene hasta que, en el siglo XX, Von Neumann y Morgenstem (1947) lo llevan por primera vez al mundo de los negocios con la definición de la estrategia empresarial como la serie de actos que ejecuta una empresa, los cuales son seleccionados de acuerdo con una situación concreta.

Para Saavedra (2005) la administración estratégica, consistente en la formulación de estrategias basadas en la creación de un conjunto de ventajas competitivas, como parte de un sistema de planeamiento sistemático. González et al. (2019) enriquecen el concepto al reconocer la participación basada en el liderazgo y la toma de decisiones que correspondan a las demandas del ambiente inmediato y futuro.

A partir de lo expuesto por estos autores, la gestión estratégica se define como el proceso mediante el cual se proyectan, ejecutan y evalúan las acciones que permitirán la supervivencia, viabilidad y crecimiento de una organización, atendiendo a sus objetivos, al diagnóstico de su entorno externo e interno, y el liderazgo sustentado en el pensamiento estratégico (Prieto et al., 2012).

Los medios de comunicación, incluido los medios de comunicación universitarios, se entienden como organizaciones que precisan de una gestión estratégica que regule coherentemente las dinámicas internas, la interacción con el entorno, los flujos de información y la ética “valores” de sus miembros.

Los medios de comunicación universitarios

Los medios de comunicación universitarios tienen sus antecedentes en las revistas universitarias del siglo XIX, caracterizadas por las informaciones institucionales y como sitio de publicación de las investigaciones de algunos catedráticos. Para inicios del siglo XX surgen los periódicos universitarios, más populares que las revistas entre el público común, por la representatividad que logran los temas

abordados: informativos, culturales, científicos y de entretenimiento (Calle y Grace, 2011).

Por su parte, la televisión universitaria describe la producción y emisión de contenidos audiovisuales afines con los ámbitos de formación, investigación y proyección social de la educación superior, y es el resultado de la necesidad de sus miembros de construir formas mediáticas de relato acerca de los saberes que concentra, acerca de sus historias, personajes, estéticas y talentos, así como formas de diálogo colectivo sobre las visiones del mundo que en ella se congregan (González Godoy, 2012).

La radio universitaria, que surgen de las radios educativas de los Estados Unidos y países de Latinoamérica hace ya más de un siglo, sirven como medios de dinamización social y cultural de la comunidad universitaria, y espacio para la práctica y aprendizaje de las ramas de la ciencia de la información, como medios de expresión del acontecer universitario y de divulgación científica, ahora sin límites geográficos o temporales, con la digitalización de la radio (Lazo y Pena, 2014).

Desde la aparición de la Internet y el arraigo del modelo de comunicación multidireccional, se emplean desde las universidades los sitios web y publicaciones digitales, caracterizados fundamentalmente por el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y el manejo de la información en tiempo real.

Puede comprenderse entonces que los medios de comunicación universitarios realizan un periodismo enfocado a audiencias activas bien definidas, a las que intentan satisfacer necesidades comunicativas con lenguajes propios, desde las tendencias comunicativas de la época, y para promover la cultura y objetivos de la organización a la que pertenecen, difundir el pensamiento universitario, el conocimiento científico, y actuar como un escenario de prácticas de aprendizaje (Trámpuz y Barredo, 2018).

Ante unas audiencias integradas en mayor medida por jóvenes “conocedores y seguidores de los más modernos avances de las tecnologías”, la estabilidad y el posicionamiento de los medios de comunicación universitarios dependen de la adaptación que hagan de las actuales prácticas comunicativas, de los productos comunicativos en tendencia, narrativas y formatos, todo ello en codependencia a los nuevos procesos organizativos y de gestión que deben asumir.

La innovación en comunicación

La aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación transversalizan el actual contexto social, político, económico y mediático a nivel global. El teórico Martín Serrano (1985) señala que la innovación tecnológica necesariamente determina cambios muy importantes en el funcionamiento de la sociedad, y por ello, las sucesivas innovaciones tecnológicas que se han incorporado a la sociedad capitalista se han mostrado capaces, en cada ocasión, de reajustar la organización social a sus exigencias.

La innovación se entiende desde el siglo XX como la transformación del desarrollo tecnológico ejecutada con el conocimiento científico, aseveración que es superada

superada por Martín Serrano (1985) al reconocer que las nuevas tecnologías determinan la orientación del cambio social, sólo cuando son utilizadas como nuevos medios de producción y que las transformaciones de las que es objeto la sociedad pueden venir desde muchos más campos además del técnico.

En el ámbito de la comunicación social y el periodismo, los medios de comunicación apuestan por la mejora de la calidad de los contenidos para la apropiación de mayores audiencias, pues, si en la esfera empresarial el éxito de una innovación se mide en sus conquistas de mercado, para las innovaciones sociales lo determinante es la apropiación social, que siempre se manifiesta en el uso. Estas innovaciones se orientan hacia valores como el bienestar, la calidad de vida o el buen funcionamiento de los servicios (Peña Fernández et al., 2019).

A partir de los presupuestos teóricos anteriores, se asume como innovación en comunicación el proceso que persigue resolver las necesidades de sus audiencias ante la convergencia mediática, desde un enfoque que articule la innovación tecnológica con la innovación social (Peña Fernández et al., 2019), para la generación de nuevos o mejorados productos comunicativos, procesos productivos, la

organización interna de la empresa y la sostenibilidad económica de la misma (Alba, 2016).

La innovación en comunicación, como proceso transversal en las empresas mediáticas, requiere de un ejercicio de gestión estratégica para su correcta implementación, basado en aplicaciones y diagnósticos para la mejora continua.

Diagnóstico de la innovación en la gestión estratégica del medio de comunicación universitario Criollito

El medio de comunicación universitario Criollito, desde su reinvencción en agosto de 2021, fue objeto de varios procesos de innovación. Desde su fundación en 1966 operaba como boletín, periódico o revista impresa, y a partir de 2021, en el marco de la pandemia de la COVID-19, se transformó en un medio de comunicación eminentemente digital. A un año de su creación, para analizar la innovación aplicada al medio se parte de los resultados obtenidos del Test de Innovación Empresarial, elaborado por el Instituto Catalán de Tecnología.

Tabla 1: Test Catalán aplicado a Criollito [se invalidaron las preguntas que no se adecuan a la gestión de un medio de comunicación universitario]

ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN		
¿La estrategia de su empresa tiene en cuenta la innovación y la considera como un factor clave para su éxito?	SÍ	
¿La estrategia de su organización es proactiva en materia de innovación y se anticipa a los cambios que se producen en el mercado y en el entorno?	SÍ	
¿La dirección de la empresa está comprometida y ofrece pleno apoyo a las actividades de innovación?	SÍ	
¿Su organización dispone de un plan formal donde estén definidos los objetivos, las acciones a llevar a cabo, los recursos y el presupuesto necesarios para el desarrollo de las actividades de innovación?		NO
DESPLIEGUE DE LA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN		
¿Su empresa ...		
... dispone de un directivo a quien han sido asignadas las responsabilidades en materia de innovación?	SÍ	
... dedica recursos humanos, financieros y materiales significativos a l apartado de innovación?		NO
¿La innovación en su empresa contempla no sólo el desarrollo de nuevos productos o servicios, sino también la mejora de los procesos del negocio?	SÍ	
¿El diseño y desarrollo de nuevos productos (o servicios) se lleva a cabo en función de las necesidades reales del mercado y de los clientes de la empresa?	SÍ	
CULTURA DE LA INNOVACIÓN		
¿Su empresa ...		
... fomenta la creatividad y aprovecha todo el potencial de sus directivos y trabajadores?		NO
... evalúa todas las ideas generadas dentro de la organización y las aprovecha de forma sistemática para potenciar su desarrollo?	SÍ	
... aprovecha de forma sistemática las sugerencias y los conocimientos de sus proveedores para generar mejoras e innovaciones de producto o de proceso?	SÍ	
... aprovecha de forma sistemática las sugerencias y las quejas de sus clientes para generar mejoras innovaciones de producto o de proceso?		NO

INNOVACIÓN EN LA CADENA DE VALOR		
¿Su empresa ...		
... desarrolla de forma sistemática nuevos productos y/o ser vicios?	SÍ	
... introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en los procesos de producción?	SÍ	
... introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en la cadena de suministros (aprovisionamientos /distribución) y en la logística?		
... introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de marketing y ventas?	SÍ	
... introduce de forma sistemática innovaciones y mejoras en las áreas de servicios postventa y soporte a clientes?		NO
... invierte regularmente en tecnología (maquinaria, bienes de equipo, ordenadores...) para conseguir ventajas competitivas?		
RESULTADOS DE LA INNOVACIÓN		
¿Considera que su empresa es más innovadora que la competencia?	SÍ	
¿Los ingresos actuales generados por los productos desarrollados (o mejorados) en los 3 últimos años son significativos?	SÍ	
SUMA TOTAL:	13	5

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al test, la innovación aplicada al medio es “buena”. La empresa se puede considerar innovadora, en términos generales, ya que presenta aspectos que demuestran su preocupación por la innovación. No obstante, puede mejorar todavía en aquellos temas del cuestionario en los cuales la respuesta fue negativa. Para su análisis, se procede al diagnóstico en dos niveles fundamentales de la gestión: el estratégico y organizativo.

Innovación en la gestión estratégica

La proyección estratégica, como la máxima expresión del proceso de gestión, exige la identificación de amenazas y oportunidades del contexto externo de la organización y las debilidades y fortalezas internas de la misma, así como el establecimiento de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas y un planeamiento a corto, mediano y largo plazo (Garcés Corra y Franco Senén, 2017).

Esta proyección se concretiza en un plan estratégico: la visión de escenarios futuros para determinar los resultados que se pretenden obtener, analizando el entorno y minimizando riesgos, con la finalidad de optimizar los recursos y plantear las estrategias que se necesitan para lograr el éxito de la organización.

La planeación tiene como premisas los valores y finalidad de la organización, y como base el pensamiento estratégico: la coordinación de varias mentes creativas dentro de una perspectiva común que le permite a una empresa avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos. Incorpora valores, misión, visión y estrategia que tienden a ser elementos intuitivos, basado en los sentimientos, más que analítico, basados en información (González et al., 2019).

Por esta parte, Criollito cuenta con un sistema de valores, misión y visión definidos (Denis y Rajadel, 2021). Aunque no cuenta en su concepción con un diagnóstico de los entornos interno y externo por sectores de influencia

determinantes: social, cultural, legal, político, económico, tecnológico y físico.

Semejante a esta herramienta, aplicaron un análisis de las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas (DOFA); aunque faltó desplegar las estrategias que de la matriz DOFA se desprenden: estrategias ofensivas (articulan fortalezas y oportunidades), estrategias defensivas (empleo de las fortalezas frente a las amenazas), estrategias adaptativas (examina las oportunidades frente a las debilidades), y estrategias de supervivencia (analiza en conjunto debilidades y amenazas).

Al nivel estratégico de planificación, Criollito carece de las políticas básicas y objetivos generales para rectorar la empresa. En la Guía Estratégica de Criollito (2021) se establecieron como objetivos a corto, mediano y largo plazo, los que en realidad pertenecen a procesos básicos de la empresa como los referidos a la capacitación de los miembros, la captación de personal, planes de publicación, estilos y formatos de contenidos.

En su totalidad, el plan debe contar con estrategias, programas, actividades específicas, y métodos analíticos para evaluar, clasificar y monitorear los recursos. Se establecen para su nivel táctico los objetivos específicos, políticas particulares, metas; y en el nivel operativo las estrategias e indicadores de cumplimiento a ejecutar en corto plazo.

La Tabla 2 muestra la relación entre los principales planes tácticos (sin contar el financiero, atendiendo a las particularidades de Criollito como medio de comunicación universitario sin ánimo de lucro), algunos planes operativos establecidos por distintas empresas periodísticas a nivel mundial, y la implementación total, parcial o nula que se ha ejecutado en Criollito.

Tabla 2: Relación de planes operativos y tácticos de medios de comunicación y su implementación en Criollito

Plan Táctico	Plan Operativo	Implementado	Parcialmente implementado	No implementado
Plan de producción	Agenda temática	X		
	Plan de publicación		X	
	Plan de comunicación		X	
	Plan de capacidad		X	
	Plan de calidad		X	
Plan de mercadotecnia	Proyecto de investigación			X
	Plan de publicidad			X
	Estrategia de redes sociales		X	
	Plan de relaciones públicas			X
Plan de Recursos Humanos	Plan de incentivos			X
	Plan de capacitación	X		
	Plan de reclutamiento y selección		X	
	Plan de carrera			X
	Estrategia de comunicación interna			X
Planificación administrativa	Estructura organizacional	X		
	Manual de funciones			X
	Procesos e indicadores			X
Total:	17	3	6	8

Fuente: elaboración propia

Como se puede apreciar, es deficiente la operacionalización del plan estratégico del medio de comunicación universitario Criollito. Se debe tomar en cuenta que la gerencia del medio también recae sobre estudiantes, quienes tienen otras responsabilidades y funciones académicas, sociales y familiares que satisfacer. Una práctica organizativa más eficiente puede lograr mejor gestión del tiempo personal de cada miembro del equipo, mayor rendimiento laboral y ampliación del proceso creativo.

Innovación organizacional

La organización es el factor clave que garantiza el buen funcionamiento de cualquier empresa, pues ayuda a alcanzar los objetivos fijados, mejora el uso de los medios de los que se dispone, la comunicación entre sus miembros, la eficiencia, productividad, y disminuye los costes.

La expresión objetiva de la organización empresarial está en su estructura; el conjunto de maneras en que se distribuye el trabajo en diferentes tareas para luego ser coordinadas de la organización. También es una estructura intencional de roles, donde cada persona desempeña unas actividades que debe cumplir con el mayor rendimiento posible.

El contexto pandémico en el que fue renovado Criollito, en agosto de 2021, conllevó a una innovación radical en la estructura organizacional hasta entonces empleada en el medio (Ver Figura 1). De la estructura de un periódico tradicional, se transformó a una estructura que tuvo como centro la producción de contenidos, acorde a la multimedialidad a la que se aspiraba, con una dispersión espacial que permitía al personal cumplir las tareas desde la distancia geográfica, y de una manera integrada.

Fig 1: Organigrama de diferenciación vertical aplicado al medio de comunicación universitario Criollito



Fuente: elaboración propia

El modelo de organización adoptado, asumió la diferenciación vertical, al separar el trabajo por cadenas de mando, flujos productivos, y la centralización en la toma de decisiones. Aunque la gerencia intentó, darles protagonismo creativo a los miembros del medio, la propia estructura limitaba en ellos la percepción de la autonomía creativa, debido a la obsolescencia, burocratización, falta de flexibilidad y las dificultades para la adaptación al entorno y al cambio.

La vuelta a la presencialidad, en noviembre de 2021, develó un aspecto importante que se desestimó en un principio: la gestión del tiempo personal de cada uno de los miembros. Como medio de comunicación universitario de protagonismo estudiantil, los integrantes tienen como meta superior la formación académica, y les rodea un entorno psicosocial y económico que ejerce fuerte influencia en la motivación y el desempeño para el trabajo en Criollito. Se puede deducir, entonces, que el error principal parte de un isomorfismo mimético, el calco de los modelos exitosos en

el ecosistema de los medios digitales (Cárdenas Garzón, 2022).

Esto conllevó, de acuerdo a R. Rajadel (comunicación personal, 10 de junio 2022), a planes de trabajos no ejecutados, cargas laborales sobre algunos miembros, y fallos considerables en la frecuencia de publicación y la profundidad de los contenidos periodísticos. Ante tal escenario organizacional y frente a la demanda que tenía el medio en los meses de mayo y junio de 2022 (la meta de preparar una edición especial impresa, cubrir periodísticamente los Juegos Criollos y el inicio del X Congreso de la Federación Estudiantil Universitaria), la dirección del medio implementó una estrategia emergente pura, no pretendida y abordada por las modificaciones del patrón de comportamiento de los estrategias tras la percepción del contexto.

El resultado fue la reestructuración organizacional que tenía como fin potenciar la producción de los contenidos (Ver Figura 2).

Fig 2: Estructura organizacional del medio de comunicación universitario Criollito, basada en la producción de contenidos



Fuente: elaboración propia

La nueva estructura trajo aparejada una nueva distribución de funciones: el grupo de estrategia se disolvió para fungir como grupo asesor del director a la hora de determinar las coberturas que debían cubrirse; el director definía los jefes de equipos, los asesoraba para articular su equipo de cobertura, y planificaban de conjunto la estrategia básica a seguir con la multimedialidad como principio fundamental de trabajo. El equipo de cobertura estaba integrado por periodistas, diseñadores, gestores de redes sociales y colaboradores, todos los interesados que, junto al jefe de equipo, acordaban qué aristas cubrir de los acontecimientos y el método para hacerlo. De acuerdo a D. Sousa (comunicación personal, 15 de junio 2022) sobre la figura del director y los asesores recaía otra vez gestionar la consecución de los procesos productivos, la calidad y la publicación de los contenidos.

Mediante la observación participante se pudo detectar que con la modificación implementada se experimentó una mejoría en cuanto al método de gestión del proceso productivo: más horizontal, que aprovechó el interés de los integrantes del equipo por la temática de las coberturas, lo cual garantizó mayor independencia creativa y la producción sistémica de contenidos de calidad.

Algunos aspectos negativos: desaparición del plan de trabajo y con ello desbalance de la agenda temática del medio, expresada fundamentalmente en la discontinuidad de las secciones especializadas; la sobrecarga de funciones del director y la disolución del grupo de estrategia conllevó a que escaseara la proyección estratégica del medio y solo se enfocara en la elaboración de contenidos; los miembros del medio que no participaban de estas coberturas se sintieron subutilizados, en parte además por desconocer los nuevos procedimientos para el trabajo.

Las anteriores aseveraciones parten de una encuesta aplicada a 24 estudiantes que son o han sido miembros del equipo de Criollito. El 45,8% desconoce total o parcialmente la estructura del medio; el 59,9% considera que se debe cambiar o perfeccionar; y el 69,9% siente que puede dar más al proyecto, frente a un 13% al que el medio le roba mucho tiempo, y un 17,4% que valora de suficiente el tiempo dedicado al trabajo en el medio.

Los datos revelan la necesidad de perfeccionar la cultura organizacional del medio, para transmitir una identidad a los miembros, generarles compromiso con Criollito, aumentar la estabilidad de la organización como un sistema social y fungir como guía de comportamiento y comprensión de las dinámicas organizacionales.

Es importante también indagar en las aptitudes del liderazgo de los directivos del proyecto, asumiendo como liderazgo la cualidad que deben asumir gerentes, estrategias o directivos como agentes de cambio y de transformación, para conducir a las organizaciones por nuevos rumbos, procesos, objetivos, estrategias, tecnologías e incluso nuevos riesgos; agentes que, con su dirección y orientación, modifiquen comportamientos y actitudes del capital humano, reformen y difundan la cultura organizacional y los valores institucionales.

Conclusiones

La investigación revela la escasa interconexión entre los estudios realizados de gestión estratégica, innovación en comunicación y medios de comunicación universitarios y sienta las bases para la profundización de un análisis integral y atemperado a las características del contexto social, tecnológico y comunicativo actual.

El resultado del diagnóstico acometido en la gestión del medio de comunicación universitario Criollito evidencia las deficiencias detectadas a nivel estratégico de la gestión; propone perfeccionar el plan estratégico del medio y desarrollarlo a través de programas y actividades específicas que asuman una innovación incremental en los procesos de buen funcionamiento, y una innovación radical para aquellos que se mostraron deficientes al transcurrir la investigación.

El diagnóstico a la estructura organizacional del medio detecta las potencialidades y deficiencias de los modelos organizativos que se han implementado, y traza las pautas para una reestructuración, cuyo ritmo de ejecución estará marcado por la disposición, motivación y capacidad individual de sus miembros para planificar, ejecutar y evaluar cada uno de los procesos básicos del funcionamiento del medio.

Para resolver las deficiencias detectadas con el diagnóstico, la investigación sugiere a la gerencia del medio "en el orden estratégico" definir las políticas básicas y los objetivos generales de la organización; diagnosticar el entorno organizacional para conocer los factores que están fuera y dentro del medio, y pueden afectarlo en todo o en parte; actualizar el análisis DOFA y a partir de él, trazar las estrategias necesarias; desarrollar y ejecutar los planes operativos parcialmente implementados o no implementados; ejecutar una innovación radical en la estructura organizacional de Criollito, más horizontal en la toma de decisiones y en la repartición de las cargas laborales, que parta de conocer las necesidades, intereses, potencialidades y deficiencias de los integrantes de la organización.

En el medio se debe elevar la cultura organizacional con una estrategia de comunicación interna que eleve el sentido de pertenencia, la identidad corporativa del medio, y la participación activa en la toma de decisiones; desarrollar capacitaciones de liderazgo para los miembros de Criollito con responsabilidades de dirección; aprovechar el potencial investigativo de los estudiantes de carreras afines a la comunicación para que contribuyan a la ejecución de los objetivos antes mencionados en las recomendaciones.

Referencias bibliográficas

- Alba, J. A. (2016). Los labs de medios en España: la innovación desde el área de la organización periodística. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, 33, 49-63. https://www.researchgate.net/profile/Jose-Gonzalez-Alba/publication/315691455_Los_labs_de_medios_en_Espana_la_innovacion_desde_el_area_de_la_organizacion_periodistica/links/58dbcc5da6fdcc7c9f13e923/Los-labs-de-medios-en-Espana-la-innovacion-desde-el-area-de-la-organizacion-periodistica.pdf
- Calle, M., y Grace, M. (2011). *Elaboración del primer periódico universitario académico, social y científico de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil* [tesis de grado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/632>
- Cárdenas Garzón, K. (2022). *Análisis del impacto de la planeación estratégica y la estructura organizacional en la competitividad de la empresa SERVEIS V&G S.A.S* [tesis de grado, Fundación Universidad de América]. <https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/8802>
- Denis, M., y Rajadel, R. (2021). *Guía Estratégica de Criollito*.
- Garcés-Corra, R., y Franco-Senén, A., (2017). ¿Cómo se dirige la prensa cubana? Un acercamiento a la gestión de medios, desde la perspectiva de sus periodistas y directivos. *Alcance*, 6(12), 81-110. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2411-99702017000100005&script=sci_arttext
- García Bermúdez, Y. (2015). *Plan de acciones para el perfeccionamiento de la Estrategia de Comunicación de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas*, [tesis de grado, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas].
- González Godoy, L. (2012). *La Creatividad al Servicio del Conocimiento*, [tesis de grado, Universidad Central Marta Abreu de las Villas]. <https://dspace.uclv.edu.cu/items/fb402830-bbc3-4d7e-83bd-8c740c36bdc8>
- González, J., Salazar, F., Ortiz, R., y Verdugo, D. (2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *TELOS. Revista de Estudios Interdisciplinarios en las Ciencias Sociales*, 21(1), 242-267. <http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3002>
- Lazo, M. C., & Pena, M. D. (2014). Investigación en radio universitaria: Presente, pasado y futuro. *Edmetíc: Revista de Educación Mediática y TIC*, 3(1), 8-25. <https://journals.uco.es/edmetic/article/view/2878>
- Martín Rodríguez, L. (2021). *Portal Web Universitario*. <https://www.uclv.edu.cu/un-sendero-de-continuidad/>
- Martín Serrano, M. (1985). *Innovación tecnológica, cambio social y control social. Nuevas tecnologías en la vida cultural española*, 203-212.
- Peña Fernández, S., Lazkano Arrillaga, I., y Larrondo Ureta, A. (2019). Medios de comunicación e innovación social. El auge de las audiencias activas en el entorno digital. *Andamios*, 16(40), 351-372. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-00632019000200351&script=sci_arttext
- Prieto, J., Pública, M., y De, S. (2012). *Gestión estratégica*.
- Saavedra, J. (2005). Administración estratégica: evolución y tendencias. *Revista Economía y Administración*, (64), 61-75. <http://www2.udec.cl/~rea/REVISTA%20PDF/Rev64/art3rea64.pdf>
- Trámpuz, J., y Barredo Ibáñez, D. (2018). Convergencia y medios universitarios: Una aproximación al nuevo escenario ecuatoriano. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (86), 898-923. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7338196>
- Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. (2017). *Diseño Estratégico 2017-2021*.
- Von, J., y Morgenstern, O. (1947). *Theory of Games and Economic Behavior*.

Formación del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje. Potencialidades, fracturas y desafíos

Training of the social communicator in virtual learning environments. Potentials, fractures, and challenge

Dolís Alfonso García¹

E-mail: dolisgmal@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3257-838X>

Carlos Fernández Hernández²

E-mail: cfhptic@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9798-8021>

¹Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas. La Habana, Cuba.

² Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Alfonso García, D., Fernández Hernández, C. (2024). Formación del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje. Potencialidades, fracturas y desafíos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 22-28. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La universidad contemporánea ha integrado las tecnologías educativas como currículo, contexto y herramienta de innovación. Esta tendencia en la Educación Superior implica mayores desafíos organizativos y metodológicos en la formación de los comunicadores sociales, profesionales para los cuales las tecnologías de la información y la comunicación constituyen objeto de estudio y campo de actuación. El presente artículo caracteriza las bases curriculares, institucionales y técnicas de la formación profesional del comunicador social en el Entorno Virtual de Enseñanza Aprendizaje EVEA de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Para ello se analizaron un total de 24 documentos normativos y curriculares que fundamentan esta plataforma educativa. Se entrevistó a diez directivos y docentes involucrados en el proceso de virtualización de la enseñanza en la institución, y se aplicó cuestionarios a una muestra de los estudiantes de Comunicación Social en la modalidad de curso regular diurno. Además, se realizaron dos grupos de discusión con los estudiantes para entender las interpretaciones colectivas existentes a la implementación de la estrategia de virtualización. La carrera de Comunicación Social de la Universidad de La Habana cuenta con condiciones favorables para el desarrollo de la tecnología educativa a nivel curricular, técnico e institucional. Sin embargo, deficiencias en la gestión institucional, la falta de integralidad y transversalidad de la tecnología en la concepción metodológica del currículo, y una práctica didáctica poco innovadora por parte de los profesores, limitan sus potencialidades.

Palabras clave:

Formación profesional, Comunicador social, Tecnología educativa, Entorno virtual de enseñanza aprendizaje, MOODLE

ABSTRACT

The contemporary university has integrated educational technologies as a curriculum, context and innovation tool. This trend in Higher Education implies greater organizational and methodological challenges in the training of Social Communicators, professionals for whom information and communication technologies constitute both, an object of study and a field of action. This article characterizes the curricular, institutional and technical bases of the professional training of the Social Communicator in the Virtual Teaching-Learning Environment of the Faculty of Communication of the University of Havana. For this end, normative and curricular documents that support the virtual learning environment were analyzed, managers and teachers were interviewed, and surveys and discussion groups were applied with the students. The Social Communication career at the University of Havana has favorable conditions for the development of educational technology at the curricular, technical and institutional level. However, deficiencies in institutional management, lack of comprehensiveness and transversally technology in the methodological conception of the curriculum, and a poor innovative didactic practice on the part of teachers, limit its potential..

Keywords:

Professional training, Social Communicator, Educational technology, Virtual learning environment, MOODLE

Introducción

La implementación en Cuba de los modelos de formación profesional utilizando software computacional especializado se encuentra en un nivel básico en correspondencia con las demandas contextuales y las características de estos programas a nivel internacional. El Entorno Virtual de Enseñanza-Aprendizaje (EVEA) de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, en funcionamiento desde 2016, se encuentra distante de explotar sus máximas potencialidades, a pesar de las necesidades urgentes derivadas del incremento de matrículas, la expansión de modalidades de estudio y las situaciones coyunturales que atraviesa el país, las cuales consolidan un escenario idóneo para la concepción de sistemas educativos virtuales.

El Ministerio de Educación Superior aprobó en 2017 el nuevo Plan de Estudios de Comunicación Social, conocido como Plan E, que pretendió acortar el ciclo de formación y ajustarse a las nuevas demandas de un sector laboral diversificado con nuevos actores económicos. El nuevo Plan de Estudios E, de cuatro años de duración, reconoce la necesidad de integrar el uso de las tecnologías educativas para facilitar el aprendizaje autogestivo del estudiante (Ministerio de Educación Superior, [MES], 2017).

Además de la reorganización de los contenidos, la reducción de los fondos horarios presenciales, las formas evaluativas más flexibles y el reforzamiento de la vinculación con las prácticas laborales, el Plan E reconoce las tecnologías educativas -no solo como recurso didáctico opcional- sino como medio imprescindible para completar la formación académica.

Para organizar el montaje de los cursos en el entorno virtual, la Facultad de Comunicación constituyó el Grupo de Tecnología Educativa (GTE) como parte del Vicedecanato de Informatización y Desarrollo Tecnológico. Este grupo, con la asesoría de su homólogo superior en la Universidad de La Habana, se encargó de presentar una Estrategia de Virtualización de la Enseñanza que sirviera como pauta metodológica para integrar los procesos docentes de Comunicación Social a la modalidad virtual.

Sin embargo, elementos vinculados a la gestión de los procesos universitarios en la facultad han incidido negativamente en su implementación, coligados a la falta de competencias e inclinaciones del profesorado hacia el uso de las tecnologías, y la falta de concepción sistémica y estructural para su ejecución.

Ante este escenario, resultó pertinente realizar una investigación que ofreciera herramientas para perfeccionar el uso del EVEA de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana y comprender su relación con el Plan de Estudios E de la carrera. Para ello se diseñó una investigación descriptiva que permite develar los nexos entre las bases curriculares, institucionales y técnicas en la formación del Comunicador Social en el entorno virtual de aprendizaje de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana en el período 2019-2021.

Materiales y métodos

La investigación es de tipo cualitativa. Se recurrió a la concreción de una estrategia basada en estudios de caso, tomándose como objeto de estudio la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, analizando específicamente los cursos regular diurno (CRD) y curso por encuentro (CPE) con presencia en el entorno virtual MOODLE como parte del Plan de Estudios E.

Las diferentes etapas de la investigación se orientan a indagar las especificidades del caso, en detrimento de la búsqueda de generalidades. Los resultados se obtienen a través de un diseño sincrónico. Con el propósito de la organización dimensional de la categoría analítica de formación profesional del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje se diseccionó en tres grandes niveles, aunque considerando en todo momento sus interrelaciones. De este procedimiento se establecieron tres grandes grupos de variables: curriculares, institucionales y técnicas, las cuales se operacionalizaron en indicadores medibles para el estudio empírico, en aras de ofrecer una guía metodológica ajustable a investigaciones similares.

En total se aplicaron seis instrumentos de investigación: 1. Guía de análisis cualitativa de Documentos Normativos, 2. Guía de análisis cualitativa de Plan de estudios, 3. Guía de análisis del Entorno Virtual de Aprendizaje, 4. Entrevista a principales actores institucionales, 5. Entrevista a muestra de profesores de Comunicación Social que ofrecen cursos en el EVEA, 6. Encuesta a estudiantes de primer y segundo año de Comunicación Social pertenecientes a los cursos CRD y CPE del plan E montados en el EVEA. La selección de la muestra se realizó en correspondencia con la disponibilidad y accesibilidad de la información en respuesta a los intereses del estudio. El tipo de muestra seleccionada es no probabilística intencional. Del total de cursos montados se decidió analizar el 100% de los mismos, prestando especial atención a aquellos que se encontraban activos y constituían referentes de buenas prácticas.

Resultados-discusión

EVEA en la universidad. Un entorno dentro de otro

La plataforma de enseñanza virtual MOODLE (Entorno de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos y Modular) fue concebida desde el paradigma de aprendizaje constructivista social. A propósito, López y Sein-Echaluce (2006) aclaran que:

() la base del aprendizaje es la construcción de conocimiento para los demás de forma colaborativa, donde todos los miembros de una comunidad se benefician, al ser creadores y, a su vez, receptores del conocimiento, aumentando significativamente los beneficios de un enfoque constructor puro (p.4).

Sin embargo, la aplicación de los postulados constructivistas no se garantiza con el mero uso de las funcionalidades de la plataforma, sino con un diseño constructivista de la clase. Esta dinámica educativa virtual, por su parte, se sucede en un contexto universitario permeado por lo que

Mintzberg (1991) reconoce como «burocracias profesionales». Una característica esencial de estas organizaciones es que en ellas los docentes disponen de un elevado margen de autonomía en el desempeño de su actividad amparada por la libertad de cátedra. Esta ausencia de control, sumada a la intrínseca resistencia al cambio que caracteriza a la burocracia profesional, genera una estructura organizativa muy difícil de adaptar al modelo pedagógico constructivista que promueven los creadores de MOODLE.

Las experiencias educativas que utilicen estos entornos virtuales de aprendizaje, tanto si se ubican en escenarios de enseñanza a distancia, presencial o mixta, implican una redefinición de los elementos organizativos del aprendizaje, en relación con: “los agentes involucrados (profesores, participantes, administrativos); los espacios donde se lleva a cabo las actividades formativas (casa, centro educativo, aulas informáticas, lugar de trabajo); los tiempos; y secuencias de aprendizaje” (Pérez, 2002, p.12).

A ello se suma la visión del profesor-instructor en su gestión del entorno, que puede resultar en tres modelos o enfoques de trabajo docente que muestran Pineda et al. (2015). El primero, reconocido como «tradicional» donde se considera a la plataforma como el lugar donde colgar contenidos y recursos. Está basado en contenidos estáticos como páginas web, páginas de texto, enlaces web y/o cualquier fichero referenciable mediante una URL (imágenes, audio, vídeo).

El segundo enfoque, conocido como «interactivo-evaluador» se basa en la interacción y evaluación de los alumnos mediante actividades como tareas, cuestionarios, consulta, encuestas y lecciones. Por su parte, el tercero reconoce a la plataforma como un lugar de «aprendizaje en común» y hace énfasis en las tareas cooperativas mediante actividades como chat, foros, glosarios, wikis y talleres. Cabero (2010) plantea que si se quiere incorporar el e-learning en la enseñanza es necesario tener profesores que se desenvuelvan en la sociedad del conocimiento y no en la postindustrial. Mientras que Suárez (2010) concluye que: “no basta con agrupar a los estudiantes en el EVEA para que colaboren, socialicen el conocimiento y se desarrolle el grupo, la mayoría de los casos apunta hacia la dificultad para llegar a estos procesos conjuntos de intercambio y construcción del conocimiento” (p.56).

MOODLE en la formación del comunicador social cubano

Para la comunicación social, la tecnología posee un valor múltiple en la formación de futuros profesionales. Además de aportar desde el punto de vista pedagógico-didáctico a la enseñanza de las materias correspondientes a la carrera, las plataformas educativas generan en el comunicador una conexión con el mundo de la tecnología, garantizando una predisposición positiva al trabajo con este tipo de medios, ofreciéndole competencias y dominio de este. Pero su influencia no quedaría limitada al aporte instrumental, ya que la propia tecnología educativa puede ser un objeto de estudio del profesional de la comunicación -como sucede en esta investigación-, o espacio de docencia donde el comunicador contribuye al propio subcampo educativo de la comunicación social.

Sobre el papel del profesor universitario que demanda la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de La Habana, Madiedo (2017) lo reconoce como “un docente del siglo XXI, además de ser loable en su campo académico y poseer competencias asociadas a su campo: comunicativas, cognitivas, metodológicas, debe poseer otras competencias hipermediales” (p.53). Este profesor, debe cuestionarse ¿cómo se migra, sin copiar y pegar, un modelo formativo presencial al mundo virtual que forme comunicadores sociales preparados para enfrentar las dinámicas y problemas del siglo XXI?

Para los fines de esta investigación y teniendo en cuenta la ausencia de bibliografía que defina la variable formación profesional del comunicador social en entornos virtuales de aprendizaje, se construye y propone el siguiente concepto:

La formación profesional del comunicador social es el proceso de socialización de conocimientos que se sucede en entornos virtuales de aprendizaje guiados por un profesor a través de diferentes tipos de actividades y formas de relación en línea en las que el estudiante se inserta como sujeto y objeto de su aprendizaje, asumiendo una posición activa y creadora en su proceso de formación; donde se forma al comunicador no solo en las competencias técnicas para trabajar con la tecnología sino en las teórico-críticas, para que se reconozca depositario de patrones culturales históricamente construidos por la humanidad y sea capaz de generar juicios críticos que aporten al desarrollo de su realidad social.

Desde lo normativo e institucional

Las resoluciones ministeriales que orientan el trabajo formativo desde el punto de vista organizativo y metodológico hacen alusiones generales al uso de la tecnología como recurso de enseñanza, pero no profundizan en indicaciones específicas para su uso en la modalidad de aprendizaje combinado o b-learning, entendido por Bartolomé (2004) como la enseñanza presencial con la tecnología no presencial.

La Resolución No.111 (2017) y la Resolución 2 (2018) del Ministerio de Educación Superior (MES), intencionan la incorporación de las tecnologías de la información y la comunicación a los procesos formativos desde una visión técnico-instrumental, con un interés particular en incorporar habilidades y destrezas tecnológicas en los estudiantes para un mejor trabajo en las plataformas tecnológicas, sin especificar sobre las tecnologías educativas.

El Plan de Estudios E se refiere a las tecnologías educativas como recurso de apoyo a los procesos formativos y aporta algunas indicaciones metodológicas y organizativas generales para el uso del MOODLE. Sin embargo, estas resultan insuficientes, poco precisas y solo se especifica su uso en cinco asignaturas en un plan de estudios de más de cincuenta.

La Estrategia de Virtualización de la Facultad orienta las fases organizativas que deben guiar el montaje de los cursos en el entorno virtual y propone las corrientes pedagógicas que deben guiar la enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, la libertad de cátedra de los profesores, la flexibilidad y poca exigencia del Grupo de Tecnología Educativa en su

control del montaje de los cursos, así como la escasa motivación y capacitación de estudiantes y profesores en el uso de MOODLE, impidieron que la Estrategia se implementara en su totalidad.

Para comprender las causas de este fenómeno se debe tener en cuenta que la innovación educativa, a cargo del Proyecto de Virtualización de la Enseñanza de la Universidad de La Habana, es un proyecto universitario sin financiamiento propio que la Facultad asumió con los mismos recursos humanos y materiales que contaba con anterioridad. Esto descarta la inversión en capacitación o la contratación de nuevo personal, lo que se traduce en un claustro desbordado de responsabilidades y con poco tiempo para innovar en el uso del EVEA. A esto se suma que, en algunas ocasiones, el EVEA no está contemplado dentro de las horas clases de la asignatura, lo que supone una carga para el estudiante que debe interactuar con la plataforma como complemento a las horas lectivas.

Se encontró una relación entre las variables edad y competencias tecnológicas. Los profesores que superaban los 45 años, que representaban el 55% de la composición del departamento, se autoperciben como menos competentes y dispuestos a trabajar con el EVEA. La jefa del Departamento de Comunicación, refiriéndose a las medidas valoradas para apoyar la docencia en MOODLE, comentó que se analizaba “la posibilidad de vincular Alumnos Ayudantes como apoyo a los profesores menos capacitados para montar y gestionar los cursos en el EVEA” (Lugones M., comunicación personal, 15 abril 2019).

A partir de las entrevistas se pudo constatar una mayor empatía de los profesores hacia el uso de estas tecnologías por sus capacidades organizativas y agilizadoras, mientras que las profesoras prefieren enseñar de manera presencial, donde no se pierden los detalles de la comunicación sensorial y afectiva.

Las categorías docentes no influyen directamente en el interés del profesor por utilizar la tecnología, como tampoco se encontró relación entre la categoría científica y la capacidad de gestionar correctamente las tecnologías. Pudiera afirmarse que, al coincidir en la mayoría de los casos la categoría científica con las edades más avanzadas -producto del sistema de categorías docentes instaurado por resolución del MES-, las competencias tecnológicas o actos volitivos hacia el trabajo con la tecnología de manera individual disminuyen. Esto se asocia a una cultura profesional que enfoca los esfuerzos de superación a los saberes epistémicos y que no prioriza el dominio de otros campos que son intrínsecos tanto al proceso formativo como al tecnológico.

Desde lo infraestructural

Desde el punto de vista infraestructural, la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana cuenta con la tecnología necesaria para implementar los cursos virtuales en sus laboratorios de computación. Aun así, aprovechar al máximo el aprendizaje a distancia y asincrónico que ofrece la plataforma continúa siendo un reto, ya que muchos de los estudiantes no cuentan con dispositivos

tecnológicos propios para acceder a los contenidos desde casa.

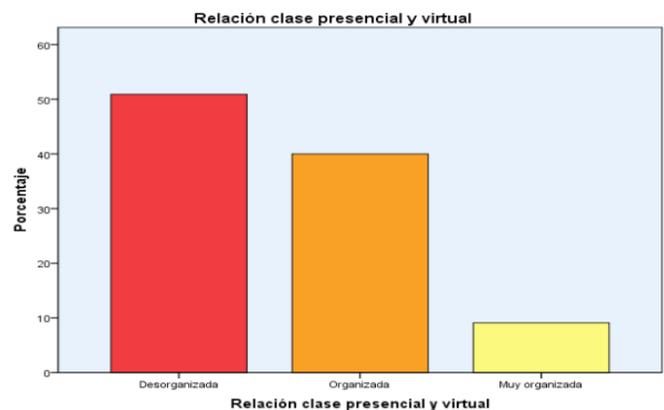
Los cuestionarios aplicados a los estudiantes y las entrevistas a profesores demostraron la calidad técnica de la plataforma MOODLE mediante el testeado de sus principales funcionalidades, diseño visual y opciones didácticas. No obstante, estas potencialidades no son explotadas por los profesores en sus cursos online ya que, en su mayoría, reducen la calidad didáctica de sus cursos a un diseño instruccional con secuencialidad lógica de contenidos.

Desde lo curricular, didáctico e instruccional

Desde el punto de vista organizativo, el Vicedecanato de Información y Desarrollo Tecnológico no tiene una conexión directa con el Vicedecanato Docente en lo que se refiere al seguimiento del EVEA, lo que se convierte en una debilidad desde el punto de vista metodológico, pedagógico y didáctico.

En las encuestas sobre los usos que hacen del EVEA aplicadas a los estudiantes, más del 50% percibe que la relación entre la clase presencial y la virtual era desorganizada y enfocada casi exclusivamente como herramienta de evaluación (Ver Figura 1). La entrevista a los profesores confirma la visión de MOODLE como herramienta evaluativa que agiliza el proceso educativo y libera cargas de trabajo docente.

Fig 1: Relación entre la clase presencial y virtual



Fuente: elaboración propia

Si bien la Estrategia de Virtualización y el Plan E promueven la utilización de recursos virtuales que faciliten el trabajo grupal, la participación, la interacción y la construcción del conocimiento colectivo, los estudiantes reconocen que los cursos estimulan habilidades de trabajo independiente, pensamiento asociativo, pensamiento lógico y trabajo con las fuentes, por encima de habilidades de trabajo grupal y participativo.

La formación de valores a través de la plataforma es percibida de manera deficiente por el 38% de los estudiantes encuestados que aseguran no les aporta ningún valor. Un 29.7% percibe la «responsabilidad» como el valor que más se estimula en el EVEA, un 13.5% señala la «laboriosidad» y un 8.9% de los estudiantes considera que el EVEA potencia el «individualismo». Los estudiantes destacan como principal ventaja del EVEA (Ver Figura 2), la posibilidad de

archivar el recorrido de notas y de realizar las evaluaciones de forma rápida y ordenada. Lo que coincide con la visión instrumental del EVEA que tienen sus profesores.

Fig 2: Ventajas del uso del MOODLE señaladas por los estudiantes



Fuente: elaboración propia

En cuanto a las desventajas (Ver Figura 3), los estudiantes mencionaron el estrés ante ejercicios con limitaciones de tiempo, la pérdida del contacto personal, el estilo mecánico y reproductivo de las actividades y el fraude. Las sugerencias de mejoramiento de la plataforma oscilaron sobre la actualización del diseño visual de la plataforma, incrementar contenidos multimedia y actualizar la información presente. En cuanto al estilo de docencia, los estudiantes demandan mayor flexibilidad y paciencia por parte de los profesores en el uso de la plataforma como herramienta evaluativa.

Fig 3: Desventajas del uso del MOODLE señaladas por los estudiantes



Fuente: elaboración propia

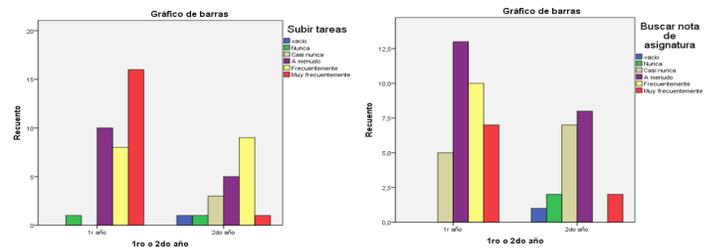
Los profesores coinciden en que existen asignaturas más propicias para enseñar en línea, siendo estas las de corte profesionalizante, donde el método de evaluación se basa en lo memorístico y reproductivo. Sin embargo, en asignaturas de análisis, donde se requiere espacio para el debate, prefieren la evaluación presencial ya que afirman que las funcionalidades de MOODLE, como los foros, propician el plagio. En este sentido, solo el 11.8% de los estudiantes encuestados declara el fraude como desventaja del EVEA.

La ausencia de contenidos multimedia atractivos justifica la incongruencia en la respuesta de los estudiantes encuestados cuando, por una parte, la totalidad afirma que el EVEA es muy útil en los procesos formativos, mientras que declaran una muy baja frecuencia de utilización de la plataforma y una poca motivación para acceder de manera espontánea sin la orientación previa del profesor. A ello se

suma la propia carga docente de los estudiantes, expresada en trabajos prácticos y tareas extra-clases que ocupan su tiempo de aprendizaje autogestivo. Mencionan también otros espacios online como Google y las Redes Sociales, donde consumen la mayor parte de sus cuentas de usuario institucionales.

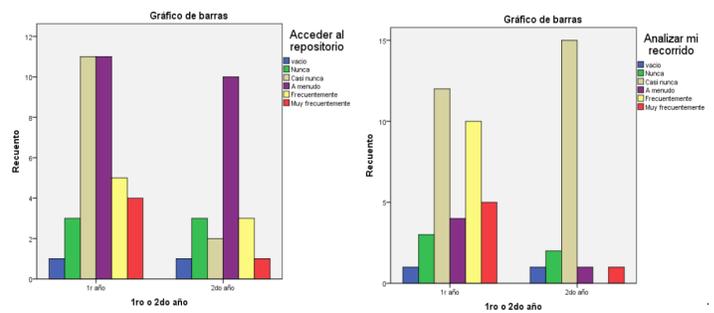
Las funcionalidades de retroalimentación del EVEA como «interacción con el profesor» o «participación en foros» son desaprovechadas en detrimento de aquellas de estilo más operativo como «subir tareas», «buscar notas», «acceder como repositorio», «consultar materiales de las asignaturas» (Ver Figura 4, 5 y 6). Según los profesores entrevistados, esto se justifica en que trabajar con grupos muy grandes en actividades que requieren lectura, reflexión y participación, dificulta la interacción en el entorno ya que requiere la presencia sincrónica del profesor y no pueden ser tabuladas por el propio EVEA. Para estas finalidades se emplean otras plataformas como WhatsApp.

Fig 4: Frecuencia de uso de cada tipo de actividad en el MOODLE según los estudiantes



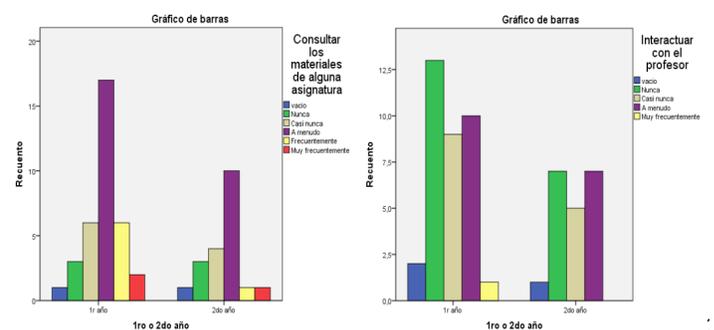
Fuente: elaboración propia

Fig 5: Frecuencia de uso de cada tipo de actividad en el MOODLE según los estudiantes



Fuente: elaboración propia

Fig 6: Frecuencia de uso de cada tipo de actividad en el MOODLE según los estudiantes



Fuente: elaboración propia

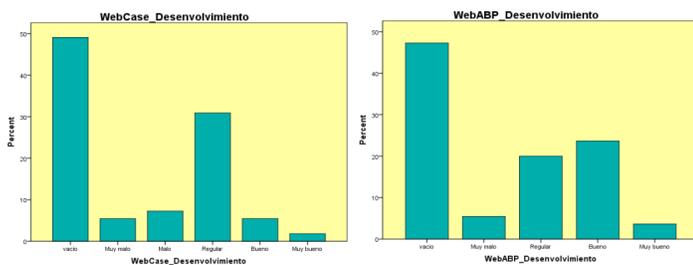
La migración de los cursos al EVEA por parte del Departamento de Comunicación Social, consistió en incorporar la mayor parte de sus Disciplinas y Asignaturas como cursos inactivos a modo de repositorio. Esto demuestra la visión instrumental de la plataforma como herramienta para agilizar la impartición asincrónica de contenidos, así como la desmotivación del profesorado ante esta nueva responsabilidad añadida.

Sobre los recursos didácticos utilizados en el EVEA, los profesores entrevistados opinan que la plataforma se utiliza a modo de repositorio, como un espacio donde colgar toda la bibliografía del curso y como plataforma de recepción para colgar orientaciones de trabajos, entregar tareas y beneficiarse de las opciones de registro y calificación en línea que ofrece MOODLE. Los profesores cuyos cursos son más activos en la plataforma, utilizan los ejercicios de marcar, verdadero o falso, entrega de trabajos y tareas, preguntas de respuestas cortas, enlazar, glosario de términos y el foro.

Se revela una relación entre las funcionalidades de la plataforma utilizadas, las situaciones de aprendizaje seleccionadas por los docentes y las asignaturas que imparten. Así, aquellas de corte técnico utilizan más la característica evaluativa, unidireccional y asincrónica del entorno, mientras que las de orientación reflexiva y generalistas utilizan recursos interactivos, de construcción colectiva del conocimiento de tipo sincrónico. Para asignaturas de corte profesionalizante los estudiantes reconocen como las situaciones de aprendizaje más frecuentes la WebABP y WebQuest, seguido por WebForo y Webcase en menor medida. Los Webmapa y WebApP se reconocen como situaciones de enseñanza prácticamente inutilizadas.

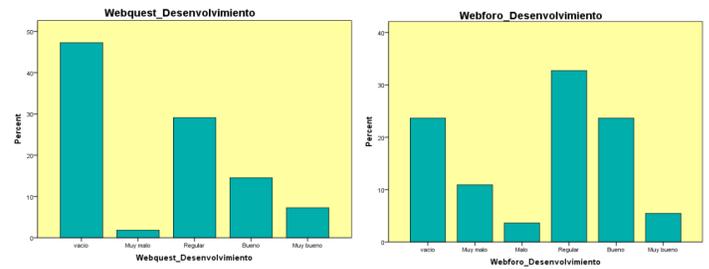
Existe una relación directa entre el desenvolvimiento del estudiante y la frecuencia con que se utiliza una situación de aprendizaje (Ver Figura 7, 8 y 9). El desenvolvimiento es fluido si la situación de aprendizaje es sencilla de trabajar o se asemeja a formatos de clase presencial como es el WebForo.

Fig 7: Nivel de desenvolvimiento en cada Situación de Aprendizaje de MOODLE



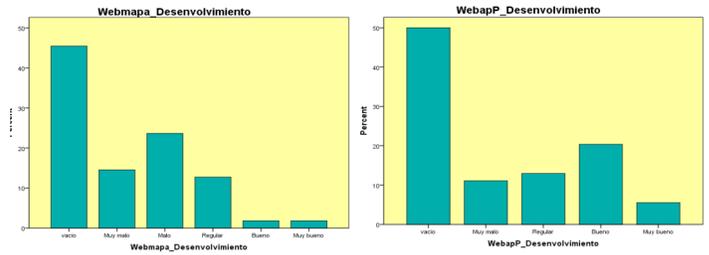
Fuente: elaboración propia

Fig 8: Nivel de desenvolvimiento en cada Situación de Aprendizaje de MOODLE



Fuente: elaboración propia

Fig 9: Nivel de desenvolvimiento en cada Situación de Aprendizaje de MOODLE



Fuente: elaboración propia

Conclusiones

Generar una metodología propia de formación profesional de comunicadores sociales en entornos virtuales de aprendizaje es un reto, ya que no existe un modelo universal aplicable a todos los casos. El montaje de los cursos, el estilo de enseñanza, las metodologías aplicadas y la gestión institucional del EVEA, varían en dependencia de las competencias y recursos del docente y el alumnado, así como de las condiciones técnicas, curriculares y organizativas que circunscriben a la plataforma. La ausencia de un diagnóstico previo a la inserción del EVEA impide reconocer tempranamente la existencia de rutinas profesionales que se interponen en los procesos de innovación tecnológica. La existencia de una estructura institucional encargada de guiar el montaje de cursos, no garantiza el uso efectivo del entorno.

La falta de estímulos, evaluación sistemática y la ausencia de un pensamiento sistémico, generan un clima de desinterés del profesorado hacia el EVEA. La escasez de tiempo para invertir exclusivamente en los cursos virtuales se traduce en un uso instrumental de la plataforma, como forma de agilizar la impartición asincrónica de contenidos y evaluar memorística y reproductivamente. Esta forma de diseñar los cursos afecta la percepción y los usos que los estudiantes hacen de la plataforma.

Todo esfuerzo en el diseño de cursos online debe tomar como base el diálogo interdisciplinario entre los criterios curriculares, didácticos, tecnológicos y organizacionales para gestionar adecuadamente la inserción de las TIC en lo curricular.

Referencias bibliográficas

- Bartolomé, A. (2004). Blended Learning. Conceptos básicos. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (23), 7-20. <https://www.redalyc.org/pdf/368/36802301.pdf>
- Almenara, J. C. (2010). Los retos de la integración de las TICs en los procesos educativos. Límites y posibilidades. *Perspectiva Educacional, formación de profesores*, 49(1), 32-61. <https://www.redalyc.org/pdf/3333/333327288002.pdf>
- López García, P., y Sein-Echaluce, M. M. (2006). *MOODLE: Difusión y funcionalidades*. C.P.S. Universidad de Zaragoza.
- Madiedo, S. (2017). *EVA. Binomio entre tecnología y pedagogía*, [tesis de grado, Universidad de La Habana].
- Ministerio de Educación Superior. (2017). *Plan de Estudio E*. Universidad de la Habana.
- Ministerio de Educación Superior. (2017). *Resolución No 111-2017. Reglamento Organización Docente*. <https://www.mes.gob.cu/es/resoluciones>
- Ministerio de Educación Superior. (2018). *Resolución No. 2/2018*. <https://www.mes.gob.cu/es/sites/default/files/documentos/Resoluci%C3%B3n%20No.2-2018%20Reglamento%20de%20Trabajo%20Docente%20y%20Metodol%C3%B3gico2018%20.docx>
- Mintzberg, H. (1991). *Diseño de organizaciones eficientes*. Editorial El Ateneo.
- Pérez García, A. (2002). Elementos para el análisis de la interacción educativa en los nuevos entornos de aprendizaje. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (19), 49-61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1399653>
- Pineda, P., Valdivia, P., y Ciraso, A. (2015). *Actividades en Moodle: Manual de buenas prácticas pedagógicas*. Universidad Autónoma de Barcelona y Universidad Corporativa Asepeyo (UCA).
- Suárez Guerrero, C. (2010). Aprendizaje cooperativo e interacción asincrónica textual en contextos educativos virtuales. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 53-67. <https://idus.us.es/handle/11441/22608>

GYDEMA hacia la evolución de una identidad visual

GYDEMA towards the evolution of a visual identity

Lisandra Cuellar Ballaga¹E-mail: lcuellarballaga92@gmail.comORCID: <https://orcid.org/0009-0003-1933-6807>Odalys Medina Hernández²E-mail: omedina@ucf.edu.cuORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6663-0783>¹Empresa Productora y Comercializadora de Glucosas, Almidón y Derivados del Maíz, GydeMa, Cienfuegos. Cuba.²Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Cuellar Ballaga, L., Medina Hernández, O. (2024). GydeMa hacia la evolución de una identidad visual. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 29-36. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La comunicación organizacional ha ganado protagonismo en las empresas cubanas tras reconocerse su importancia para que los procesos, tanto internos como externos, sean cada vez más eficientes, efectivos y beneficiosos para la toma de decisiones. En este marco resulta significativo realizar cambios en la identidad e imagen visual corporativa, atendiendo al contexto socioeconómico donde se desarrolla la organización. La Empresa Productora y Comercializadora de Glucosas, Almidón y Derivados del Maíz se enfrenta hoy a un cambio en su identidad visual, el que ha sido propuesto por el Grupo Empresarial al que se subordina. De ahí que, se realiza una auditoría de imagen para entender la problemática que se plantea en el caso de estudio.

Palabras clave:

Comunicación organizacional, Auditoría de imagen, Imagen corporativa, Identidad corporativa, Identidad visual.

ABSTRACT

Organizational communication has gained prominence in Cuban companies after recognizing its importance so that processes, both internal and external, are increasingly efficient, effective and beneficial for decision making. In this framework, it is significant to make changes to the corporate identity and visual image, taking into account the socioeconomic context where the organization is developed. The Company that Produces and Markets Glucose, Starch and Corn Derivatives is today facing a change in its visual identity, which has been proposed by the Business Group to which it is subordinate. Hence, an image audit is carried out to understand the problems that arise in the case study.

Keywords:

Organizational communication, Image audit, Corporate image, Corporate identity, Visual identity.

Introducción

Uno de los grandes retos para las empresas de hoy, es lograr el reconocimiento y el posicionamiento de su marca. Es por esta razón, que, para ser competitivos en el mercado, se tracen nuevas estrategias para buscar elementos distintivos dentro del entorno. Por ende, en el contexto actual empresarial y tecnológico, las instituciones deben lograr, que tanto sus clientes como proveedores, sientan la confianza que los productos o servicios le proporcionan. A eso está llamada la comunicación organizacional, a la búsqueda de alternativas para transformar la manera en que son percibidas las organizaciones por sus públicos (Saladrigas, 2007).

La comunicación organizacional o corporativa tiene como uno de sus fines primarios a la imagen corporativa, la cual debe ser lo más consecuente y real posible con los actos y comunicaciones emitidos por la organización. Por lo tanto, las estrategias y comunicaciones para atraer al público externo y fortalecer la imagen, () deben ir hiladas con los otros tipos de comunicación organizacional y relaciones públicas, todas estas áreas de gestión de la comunicación corporativa (Ortega, 2016, p.161).

Costa (2009) y Vinueza (2014) manifiestan que la imagen corporativa debe formar parte de las estrategias de las organizaciones para asegurar la supervivencia ante los competidores. Para desarrollar una imagen positiva dentro y fuera de la empresa, se hace necesario crear una identidad empresarial que aumente el sentimiento de pertenencia de los empleados. Ello contribuirá a elevar el status y prestigio desde lo interno hacia lo externo.

Al respecto Trelles (2004) plantea que es evidente la relación existente entre comunicación e imagen y, por tanto, vinculan el diseño de actividades de comunicación no aleatoria ni espontáneas, sino conscientes, deliberada, planificadas, con objetivos claramente determinados, con resultados que conducen al fortalecimiento de la imagen de la institución, y el mejoramiento del ambiente interno, en términos de clima y cultura organizacional.

Existen momentos en los que las organizaciones están llamadas a hacer cambios pues así se lo va exigiendo el medio en el que se desarrolla. Las auditorías o estudios de imagen le brindan al directivo el estado actual de la gestión de la comunicación dentro y fuera de su organización y le ofrece las herramientas necesarias para tomar las decisiones correctas.

La Empresa Productora y Comercializadora de Glucosas, Almidón y Derivados del Maíz (GydeMa), fue fundada como Fábrica de Glucosa en diciembre de 1979. Tras varios años de pertenecer a diferentes organismos y cambiar de estructura en disímiles ocasiones, en julio del 2017 se aprueba el cambio de estructura de UEB a Empresa y en enero del 2018, comienza sus operaciones financieras como tal. Es una empresa que se integra al Grupo Empresarial LABIOFAM y se subordina al Ministerio de la Agricultura (Martínez et al., 2023).

Como parte del accionar del Grupo Empresarial LABIOFAM, en cada una de las dependencias se instaura la función de gestor en comunicación, con el objetivo de realizar

acciones para la mejora de los vínculos de los clientes con la organización. En tal sentido, la estrategia de comunicación concebida para el período 2021-2023 ha buscado potenciar la marca LABIOFAM en disímiles productos. Para ello, un grupo de acciones fueron plasmadas y ejecutadas dentro de las que se encuentran: la homogenización de los nombres de las páginas institucionales de todas las empresas y también la actualización del Manual de Identidad Visual de este organismo. Con las dos acciones mencionadas empiezan a crearse conflictos a lo interno de GydeMa pues no solo se le cambiaba el nombre, sino también su identidad visual.

Tanto la política como la estrategia comunicacional del Grupo Empresarial LABIOFAM está a tono con la misión de cada una de sus empresas, excepto para GydeMa. Esto se debe a que es la única con un objeto social diferente a la producción de medicamentos veterinarios, bioproductos para la agricultura, suplementos nutricionales para uso humano, químicos para el aseo personal y la limpieza tanto doméstica como industrial (Morfa y Medina, 2023). Esto implica que se debe gestionar esta marca de forma diferente. Señalar que toda acción de comunicación que implique un cambio debe ser estudiado con profundidad para que sea asimilado de la mejor manera por la institución.

Cabe preguntarse entonces: ¿es un cambio radical en la identidad visual lo que realmente necesita GydeMa? Ante esta interrogante resulta pertinente realizar un estudio de imagen que le permita a dicha institución y al Grupo Empresarial al que pertenece, tomar las acciones necesarias para enfrentar un cambio de esta índole

Materiales y métodos

La investigación se clasifica como un estudio exploratorio, desde una perspectiva metodológica cualitativa. Dentro de las investigaciones en comunicación, clasifica como un estudio comunicológico aplicado, el que a su vez se inserta por la esfera de la comunicación institucional.

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron como métodos teóricos análisis-síntesis, el histórico-lógico y el inductivo-deductivo. El primero permitió analizar las fuentes bibliográficas y resumir los aspectos fundamentales del marco teórico y metodológico del tema, como base de la propuesta realizada. El segundo posibilitó la recopilación de información existente acerca de la evolución de la temática en el mundo y en Cuba; mientras que el tercero permitió llegar a generalizaciones y razonamientos relacionados con el tema de la investigación y desarrollar la propuesta.

Dentro de las técnicas empleadas en la investigación se encuentra el análisis de documentos oficiales, lo que posibilitó el análisis y valoración de informes, planes, proyectos, procedimientos y documentación en general sobre la empresa objeto de estudio. También se utilizó el cuestionario con el interés de recopilar información del público interno, en este caso se empleó un muestreo probabilístico estratificado. La entrevista semi-estructurada se aplicó a los directivos con el objetivo de identificar la proyección estratégica de la imagen, para lo cual se utilizó un muestreo probabilístico de tipo intencional.

Resultados-discusión

Identidad Visual

La identidad visual corporativa es una de las partes fundamentales de toda empresa, ya que por medio de ésta se logra singularizarse y diferenciarse dentro del mercado. Éste proceso se logra a través de estrategias de gestión para impulsar y promover la marca de dicha organización o producto, con el fin de alcanzar y afianzar un posicionamiento óptimo en lo que se refiere a comunicación con el entorno (Medina y Rodríguez, 2011).

Pérez y Martínez de Ubago (2006), y Medina y Rodríguez (2011) precisan que la identidad corporativa es el conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa: marcas, logotipos, tipografía, envases, gama de colores, uniformes, etc. El objetivo es definir una serie de indicadores para consolidar una imagen específica de determinada empresa y que, por lo tanto, pueda diferenciarla de las demás organizaciones y distinguirla frente a los competidores.

El estudio de la identidad visual se vincula al análisis de todo lo relacionado con sus elementos constitutivos: el símbolo (la figura icónica que representa a la organización); el logotipo y tipología corporativa (el nombre de la organización escrito con una tipografía particular y de manera especial); y los colores corporativos (o gama cromática, es decir, aquellos colores que identifican a la organización) (Capriotti, 2009).

Villafañe (1999) destaca que una de las tareas más complejas dentro de la estrategia de identidad visual que decida acometer una empresa está la adecuación de la identidad visual a la estructura de la entidad (también denominada Branding). Existen momentos en los que las empresas o compañías deben ser ordenadas orgánica y comunicativamente en función de la relación con la matriz o con el tipo de dependencia que se quiera comunicar con respecto a esta. Es ahí cuando se debe optar por algún tipo de estrategia de adecuación entre la identidad visual y la estructura corporativa. Las tres estrategias más comunes son:

- Estrategia monolítica: caracterizada por la utilización de una denominación corporativa y un estilo visual únicos en todas sus manifestaciones. Responden al siguiente perfil:
 - Empresas con un gran crecimiento orgánico
 - Orientadas estratégicamente hacia la calidad de sus productos
 - Operan en un sector muy poco diversificado
 - Con una capacidad de prescripción y liderazgo en sus mercados
 - Con estrategias de diferenciación comercial basadas en su identidad que en la diferencia real de sus productos
- Estrategia de respaldo: propia de organizaciones constituidas por diversas compañías que siguen estrategias comerciales y organizativas diferentes pero que se

benefician de la capacidad prescriptiva de la matriz. Estas organizaciones se caracterizan por:

- Un crecimiento que ha estado basado en fusiones o absorciones de otras compañías
- Gran diversificación en distintos sectores y actividades comerciales
- El aprovechamiento de la imagen de una compañía reputada en la que introducen la cultura de su propio grupo
- La introducción en los mercados de productos competitivos con los suyos originales
- Estrategia de marcas: cuando la organización posee diversas marcas que operan con total independencia en el mercado, compitiendo entre ellas, y no se expresa la vinculación con la matriz. Se caracterizan por:
 - Comercializan productos de consumo masivo
 - Basan toda su estrategia en la competitividad de sus productos aisladamente
 - Acumulan productos similares, con marcas diferentes, en un mismo segmento de mercado para mejorar su posición relativa en el mismo.

Imagen Corporativa

La imagen corporativa, en palabras de Nicholas Ind (1992, citado por Pallares, 2014) es “la percepción que tiene un determinado público sobre una organización” (p.34). Mientras que Dowling (1993, citado por Taboada, 2011) expone que es () “la impresión total, refiriéndose a las creencias y sentimientos, que una entidad es capaz de generar en la mente de los públicos” (p.8).

En tanto Costa (2009) refiere que es () “la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad” (p.58).

La imagen corporativa va más allá que un simple logotipo o membrete. Es la expresión más concreta y visual de la identidad de una empresa, organismo o institución. En un mercado tan competitivo y cambiante, la imagen es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento

Costa (2002, citado por Trelles, 2004) señala que:

La imagen de una empresa no es un elemento secundario ni una moda, es un instrumento estratégico de primer orden y un valor diferenciado y duradero que se acumula en la memoria social (...) La imagen es un valor global agregado que recubre y trasciende todas las realizaciones, producciones y comunicaciones de la empresa, a los que inyecta identidad, personalidad y significados propios exclusivos (p.4).

Por su parte Capriotti (2009) identifica que la imagen corporativa de una organización sería una estructura mental cognitiva, que se forma por medio de las sucesivas experiencias, directas o indirectas, de las personas con la organización. Estaría conformada por un conjunto de atributos

que la identificarían como sujeto social o comercial, y la distinguirían de las demás entidades.

Van Riel (1997) describe la importancia que genera para una organización una imagen favorable. En su criterio destaca que una imagen corporativa positiva es condición indispensable para la continuidad y el éxito estratégico, pues no se trata de algo exclusivo del marketing sino de un instrumento de la alta dirección. Además, considera que, es un incentivo para las ventas de productos y servicios, ayuda a la gestión efectiva de su capital humano y genera confianza entre los públicos internos y externos, lo que permite atraer a los mejores agentes financieros e inversores. Mantener una buena imagen, asegura el éxito de una institución lo que le permite estar un paso por delante de sus competidores.

La imagen corporativa tiene carácter integral, pues es la percepción global que de una empresa se conforman sus públicos; también es un fenómeno subjetivo que depende de las características psico-sociales de las audiencias, por lo que no tiene que necesariamente coincidir con la imagen que la empresa se proponga proyectar, y es la base sobre la cual se basarán las relaciones de la institución con sus públicos (Tielves, 2015).

La relación que se establece entre identidad e imagen es tan estrecha, pero a su vez tienen marcadas diferencias. La identidad representa lo que es en sí una institución y la imagen es lo que llega a la audiencia. Se pudiera decir que, la imagen que se percibe por el público es el reflejo de la identidad de una organización, es decir, la primera se configura a partir de la segunda. Se deben complementar mutuamente para ser eficaces.

La auditoría o estudio de imagen corporativa como herramienta para la gestión empresarial

Los estudios de imagen corporativa están dirigidos a analizar lo que las personas creen sobre las diferentes organizaciones en un entorno general y competitivo; es decir, las opiniones que tienen sobre lo que ellos suponen que son y hacen las organizaciones, y no de las realidades particulares y concretas de tales entidades (Taboada, 2011). Busca definir la notoriedad de las organizaciones y los atributos básicos asociados a ellas, que definen la imagen de cada entidad (Sanz De la Tejada, 1996; Villafaña, 1999; Capriotti, 2009).

Para el investigador Villafaña (1993 citado por Taboada, 2011) la auditoría de imagen:

Es un procedimiento para la identificación, análisis y evaluación de los recursos de imagen de una entidad, para examinar su funcionamiento y actuaciones internas y externas, así como para reconocer los puntos fuertes y débiles de sus políticas funcionales con el objetivo de mejorar sus resultados y fortalecer el valor de su imagen pública (p.30).

Mientras que Sanz De la Tejada (1996) considera a la auditoría como la aplicación de una serie de métodos de investigación y análisis con el objeto de producir la revisión y evaluación profunda del contenido y desarrollo de una

función; constituye, pues, un sistema de control (de carácter general o específico) de la gestión efectuada (p.223).

Los resultados que arrojen los estudios de imagen pueden servir de base para la toma de decisiones en las organizaciones. No solo pueden incidir en las políticas de comunicación, sino también en las políticas y estrategias globales de ella. De acuerdo con Montenegro (2022), "un buen diagnóstico de imagen es garantía del éxito en lo referente a la proyección estratégica de la comunicación en tanto permite el análisis de las relaciones entre comunicación y estrategia organizacional y la reorientación de su propia proyección" (p.9).

Según lo planteado por Amat (2009, citado por Carreño, 2010, p.28), una empresa debería realizar una auditoría de imagen cuando se le presente algunos de los escenarios siguientes:

- Cuando se crea la empresa.
- Si la empresa se encuentra consolidada pero nunca ha realizado un estudio de imagen.
- Cuando las empresas sufren un fuerte incremento en su volumen de comunicaciones en un corto tiempo.
- Ante cambios de identidad organizacional.
- En procesos de fusión, absorción o ampliaciones.
- Como apoyo a las políticas de márketing, en ampliaciones de mercados o desarrollos de nuevos productos.
- Tras una crisis, manipulación, distorsión o destrucción de la imagen interna o externa.

Tomando como punto de partida lo anteriormente expuesto por Sanz De la Tejada (1996), se presentan algunos de los métodos y técnicas más empleados para el estudio de la imagen corporativa. Vintimilla (2017) menciona que se debe tener en cuenta cuatro aspectos para realizar este tipo de investigación: la imagen interna, comercial, financiera y la pública. También expone como una de las técnicas más utilizadas a las entrevistas, las que pueden ser de tipo libre, a profundidad, la semi-estructurada y la reunión de discusión libre.

Por su parte, De las Heras-Pedrosa (2016) sugiere que se debe emplear un método mixto para realizar una auditoría, es decir, que combine técnicas cualitativas y cuantitativas. El autor propone que la metodología comienza por el análisis de la imagen mediática y para ello propone realizar análisis de contenido en los medios de comunicación. Para ello debe medirse el valor del producto, el servicio al cliente y valor de la marca.

El análisis de la percepción de los clientes, permitirá conocer la opinión de ellos con respecto a la calidad y al posicionamiento en el mercado, así como, el nivel de conocimiento de marca. Por ende, se debe realizar un estudio cuantitativo sobre la base de aplicar cuestionarios. En tanto, la utilización del panel de expertos tiene el objetivo de conocer el grado de opinión de personalidades relevantes sobre la imagen.

De las Heras-Pedrosa (2016) señala, además, que para el estudio de la imagen visual corporativa en el entorno pueden emplearse técnicas cuantitativas o cualitativas. Por último, propone el análisis de gabinete, utilizando como

técnica la matriz DAFO de la marca entre los principales expertos conformado por dirigentes y empleados de la empresa.

GydeMa dando pasos hacia el futuro

El Sistema de Dirección y Gestión Empresarial cubano ha transitado por un conjunto de transformaciones buscando aumentar la eficiencia y la competitividad en los procesos institucionales. Para ello, varias líneas de trabajo se han implementado por parte del Estado para unificar criterios y fortalecer la autonomía de las empresas.

Con el Decreto 281 (2007), se regula lo referente al Perfeccionamiento Empresarial, y con ello se persigue lograr un cambio al interior de las empresas y gestionar de manera integral los sistemas que la componen. Como resultado de ello, las organizaciones se han visto inmersas en la creación de grupos de comunicación institucional, relaciones públicas y publicidad para conseguir la máxima eficiencia y eficacia en su gestión.

A todo esto, no ha estado exenta la máxima dirección de la Empresa GydeMa, quienes, a finales del 2019, deciden incrementar en su plantilla el cargo de Gestor en Comunicación y Marketing. Este paso estuvo influenciado por los cambios que se venían gestando desde el Grupo Empresarial LABIOFAM donde la mirada sobre este tema ya era diferente.

La estructura concebida por el Grupo Empresarial LABIOFAM para la gestión de la comunicación se centra en la Dirección de Comunicación Institucional. Dicha dirección está compuesta por el Departamento de Comunicación Institucional y Relaciones Públicas, el Departamento de Estrategia y el Departamento de Archivo, y para la gestión desde las empresas un especialista en el campo, como se muestra en la Figura 1.

Fig 1: Estructura de Comunicación del Grupo Empresarial LABIOFAM.



Fuente: Estrategia de Comunicación del Grupo Empresarial LABIOFAM

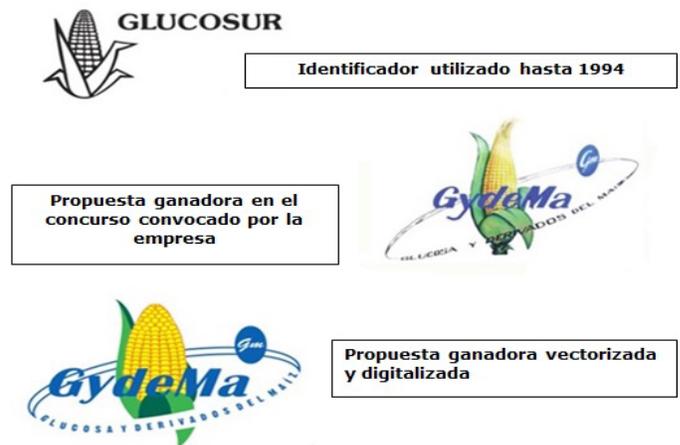
Esta dirección tiene dentro de sus funciones la atención, supervisión y control de las actividades de comunicación dentro de todas las entidades que conforman el Grupo Empresarial. Además, dicta políticas, acciones y estrategias a ejecutar dentro de este por lo que el trabajo del comunicador en la base carece de autonomía. Haciendo referencia al trabajo que se realiza desde la base, se ha centrado en la creación y monitoreo de las redes sociales y

se dejó a un lado la preparación del personal para ejercer estas funciones, tanto en las empresas como en el propio Grupo Empresarial (GE).

De manera particular, GydeMa clasifica como un nombre morfológico y a su vez constituye la marca comercial de las producciones que realiza. El identificador visual que actualmente exhibe la empresa, fue el resultado de un concurso lanzado en 1994 para renovar el existente en ese entonces. En la Figura 2 se ilustra la evolución del identificador.

Cabe destacar que este se cataloga como un Isologo y lleva 28 años de presencia en el mercado nacional. Los colores corporativos son 4: el azul en mayor medida, amarillo, verde y naranja; estos constituyen la identidad específica de los signos de la marca GydeMa. La tipología empleada es sencilla con cierta inclinación en color azul, centrada al medio del identificador. Está compuesta por letras de caja alta y caja baja, resaltando de esta manera los mensajes más importantes de la Empresa.

Fig 2: Evolución de la marca comercial.



Fuente: elaboración propia a partir del Manual de Identidad Visual de GydeMa

Como parte de las acciones acometidas por el GE se encuentra la actualización de su Manual de Identidad, en el que quedaron plasmados los identificadores visuales de cada una de las empresas que la componen. En la Figura 3 se muestra el imagotipo que identificaría a la Empresa GydeMa. Se debe enfatizar que la tipología empleada en el nombre de GydeMa queda en un segundo plano, pues es imperceptible a los ojos del espectador al encontrarse entre el isotipo y el logotipo con un tamaño inferior a estos.

Fig 3: Imagotipo propuesto por el Grupo Empresarial LABIOFAM



Fuente: Manual de Identidad Visual del Grupo Empresarial LABIOFAM 2021

Si bien la actualización del identificador visual de LABIOFAM está a tono con las tendencias actuales, para GydeMa

implica varios cambios en la organización, los que revolucionarían tanto a lo interno como a lo externo. Al interior de la empresa sería un cambio de la identidad corporativa con todo lo que ello involucra. Y hacia el exterior implicaría un cambio de imagen, un cambio de lo que los diferentes públicos conocen e identifican de GydeMa.

El equipo de trabajo de la Dirección de Comunicación del Grupo Empresarial LABIOFAM optó por trabajar con la estrategia de identidad visual de tipo monolítica, pues el principal objetivo es que la marca LABIOFAM tuviera mayor visibilidad ante sus públicos. No obstante, se considera que se pudo haber utilizado una estrategia de respaldo ya que, al igual que GydeMa, existen otras empresas que tienen creada una identidad visual diferente a la genérica de este grupo empresarial. Por otra parte, se debió tener en cuenta que el objeto social de las entidades que lo componen, estuviera en correspondencia con este.

Tomado como referencia lo expuesto por Amat (2009, citado por Carreño, 2010), se está ante tres posibles escenarios para evaluar la imagen de esta empresa. Primeramente, es una entidad consolidada que tiene 44 años de fundada pero nunca ha realizado un estudio de este tipo. Lo segundo, se enfrenta a un cambio de identidad visual que implica una renovación en su identidad corporativa. Y, por último, pero no menos importante, este cambio llega como resultado de una integración a un sector que no representa su misión empresarial.

Lo expuesto hasta este punto ha sido el resultado de la revisión bibliográfica y de la consulta de la documentación existente en la institución que se analiza. Esto constituye la primera etapa de la auditoría de imagen que se efectúa en la empresa caso de estudio.

La auditoría se ha concebido bajo los criterios de Villafaña (1999) quien propone el análisis de tres dimensiones: a) autoimagen, b) imagen intencional, y, c) imagen pública, en las que las organizaciones deben profundizar, explorando su comportamiento y en correspondencia, establecer un diseño que refleje la realidad empresarial. Esta investigación tuvo lugar entre los meses de septiembre y noviembre de 2023 y solo serán explicadas las primeras dos dimensiones.

Para el estudio de la autoimagen se diseñó un cuestionario que contiene 21 preguntas dirigidas a evaluar el estado actual de la cultura organizacional, la comunicación interna y el grado de conocimiento que sobre esta tiene el público interno de la empresa. Se procedió con el cálculo de la muestra, obteniéndose una representación de 68 trabajadores.

Dentro de los indicadores para medir la cultura organizacional se destaca el clima laboral. En este prevalece las buenas relaciones trabajador-jefe inmediato, pero el 19 % de los encuestados las considera solo en lo concerniente al ámbito laboral. Las relaciones interdepartamentales son consideradas adecuadas y predomina el trabajo en equipo; no siendo así la comunicación entre las áreas, ya que el 40 % la considera escasa.

Otros de los indicadores medidos son la estabilidad laboral, el sentido de pertenencia, los sentimientos y valores, así

como, el grado de implicación en las tareas organizacionales. En tal sentido, el 62 % de los encuestados considera que no se cambiarían de empresa debido a que se sienten motivados por la atención al hombre, los años de trabajo y la retribución salarial, fundamentalmente. Además, el 88 % de los trabajadores tienen el criterio de que se puede mejorar en cuanto a la participación en la toma de decisiones en asuntos relevantes para la organización. Se debe destacar que solo 20 de los encuestados (29.41 %) reconocen los tres valores empresariales que la distinguen y el 70.59 % se identifican principalmente con el valor responsabilidad empresarial.

En cuanto a la comunicación interna, se evaluaron indicadores como los flujos, los mensajes y canales de comunicación utilizados. Los canales por los cuales los trabajadores reciben la información son los matutinos y cara a cara con el jefe de procesos; mientras que las reuniones departamentales se incluyen dentro de los más efectivos. Los tipos de discursos que predominan son los que emplean un lenguaje directo y con sentido de pertenencia. Aunque el 20 % considera que son discursos múltiples, improvisados y largos; esto se debe a que los matutinos y las reuniones del consejo de dirección suelen durar más de dos horas, lo que hace que sean catalogadas de tediosas e improvisadas. De manera general prevalece el criterio de que la empresa puede mejorar en los siguientes aspectos: la frecuencia con que se recibe la información, la visibilidad en los medios de comunicación, la información relacionada con procedimientos y reglamentos, y la respuesta a sus planteamientos e inquietudes sobre el proceso productivo.

Por último, se analizó del grado de conocimiento que tiene el público interno sobre la misión, visión, identidad corporativa, las políticas de recursos humanos y la imagen percibida por los trabajadores de su empresa. Los encuestados son capaces de reconocer el año de fundación y la visión empresarial, pero solo el 66 % identifican los dos elementos de la misión. De los cuatro colores corporativos la gran mayoría identifica al amarillo y al verde como los principales, seguidos del azul; pero ninguno reconoce al color naranja que también constituye uno de ellos. Por otra parte, de los 68 encuestados, el 97.05 % reconoce que el actual isologo define lo que realmente hace la empresa y un 92.64 % no está de acuerdo con el cambio de identidad visual, sino que prefiere una actualización del actual.

El criterio que prevalece sobre la imagen y las políticas de recursos humanos es que la empresa puede mejorar con respecto a la atención al capital humano, la imagen corporativa que se proyecta, la gestión económica, la innovación, la distribución salarial, el reconocimiento al desempeño de los trabajadores, el confort de las instalaciones, así como, en la atención a los clientes. Además, consideran que la tecnología es bastante obsoleta por los años de explotación y la ausencia de planes de inversión para su renovación.

Con relación a la imagen intencional, se realizó una entrevista semiestructurada de 10 preguntas a 10 de cuadros directivos que integran la plantilla de la institución. En este caso se midieron indicadores que responden al conocimiento sobre las normas de la identidad visual, el grupo de trabajo de comunicación institucional, las estrategias y

planes de comunicación desarrollados en la institución y las acciones realizadas de conjunto con los diferentes medios de comunicación del territorio cienfueguero.

En las entrevistas realizadas se pudo constatar que los directores funcionales (son aquellos que realizan la función de dirigir en el primer nivel, entre ellos se encuentran los Directores de Negocios, de Economía, de Capital Humano) reconocen y dominan la existencia del Manual de Identidad Visual como documento rector para el uso del identificador visual. Sin embargo, los directores de UEB (Unidad Empresarial de Base) conocen de su existencia pero no son capaces de decir el nombre de dicho documento. Coinciden que lo estipulado en el Manual de Identidad Visual solo es aplicado en algunos soportes (señaléticas y suvenires) puesto que debe prevalecer lo establecido en el Manual de Identidad Visual del Grupo Empresarial LABIOFAM.

Predomina el criterio de no asumir el cambio de identidad visual propuesto debido a que este isologo ha representado a la empresa desde sus inicios. Al mismo tiempo, indican que GydeMa es la única empresa dentro de este Grupo Empresarial con un objeto social diferente. También refieren que la imagen que se quiere proyectar es la de una empresa líder en la producción de almidón de maíz con altos estándares de calidad e inocuidad de los alimentos comprometidos con el cuidado y protección del medio ambiente.

Por otra parte, los entrevistados alegan que existe una plaza laboral para desarrollar la comunicación institucional, subordinada al departamento de Investigación, Desarrollo e Innovación. No obstante, consideran que el estado actual de la comunicación institucional está deprimido, ya que se estuvo más de un año sin una persona encargada de la actividad y la plaza fue ocupada recientemente.

También se realizó una indagación en cuanto a las acciones de comunicación realizadas por la organización, las que incluyen publicidad, comunicación digital y medios de prensa provincial. En el caso de los medios digitales, GydeMa cuenta con presencia en las redes sociales Facebook, Youtube y X (anteriormente Twitter). La primera es la que más se utiliza y predominan los contenidos relacionados con el quehacer cotidiano de la empresa, la participación en eventos nacionales e internacionales y los reconocimientos que se le han otorgado. La segunda solo dispone de un video institucional creado en el año 2021; desde entonces no ha tenido modificaciones en su contenido. El tercer perfil fue lanzado en febrero de 2022, carece de contenidos propios y la actualización más reciente fue en septiembre de 2023 con motivo a la participación de GydeMa en la I Feria Internacional ExpoSur 2023, realizada en la provincia de Cienfuegos, Cuba.

La socialización de noticias sobre el desempeño de la Empresa GydeMa en los medios de comunicación del territorio se produjo mediante la réplica de información sobre la entrega de la condición de Colectivo Vanguardia Nacional. De ello se hicieron eco el Telecentro Provincial Perlavisión, la Emisora Radio Ciudad del Mar, Radio Rebelde y la Agencia Cubana de Noticias. También se destacan las apariciones en el Telecentro Solvisión de Guantánamo y

la Emisora Radio Rebelde quienes resaltaron el reconocimiento entregado por la Central de Trabajadores de Cuba de la condición Colectivo Héroes del Moncada con motivo al Aniversario 70 del Asalto los Cuarteles Moncada y Carlos Manuel de Céspedes. Medios como el Periódico 5 de Septiembre y Radio Habana Cuba dieron cobertura sobre el cumplimiento de la entrega del almidón de maíz destinado al consumo social y los retos que ha afrontado la empresa para cumplir sus planes de producción en los últimos años, periodo marcado por la contingencia sanitaria de la COVID 19.

En relación a la publicidad, durante el segundo semestre del 2023 GydeMa participó en dos ferias internacionales, la I Feria Internacional ExpoSur de Cienfuegos y en la Feria Internacional de La Habana (FIHAV). ExpoSur le dio nuevas oportunidades de desarrollo comercial a la empresa, pues se concertaron oportunidades de negocios y encadenamientos productivos con otros actores económicos. En esta feria se participó con un stand que realzó la identidad visual corporativa, además el público asistente pudo conocer sobre las diferentes líneas productivas y las aspiraciones de la industria para mejorar la presentación de sus productos con un diseño de envases que les permita ser competitivos en el mercado. Por otra parte, en FIHAV 2023 la empresa participó como invitada del Grupo Empresarial LABIOFAM, llegando a pactar negociaciones con firmas extranjeras.

No ignoran los directivos de la empresa de la transformación que en materia de comunicación institucional necesita GydeMa. Una de ellas lo constituye su identificador gráfico, es por eso que se realizan los estudios pertinentes para la evolución de la identidad visual que se requiere para enfrentar un mercado cada vez más exigente. Otra lo constituye la comunicación interna y externa para lograr un reconocimiento superior de sus públicos, algo que debe explotar la única empresa de su tipo en Cuba y en el Caribe.

Conclusiones

La Empresa GydeMa ha transitado por varias modificaciones de estructuras desde su creación. Una larga historia se ha forjado durante estos 44 años, lo que le ha permitido robustecer una identidad corporativa que ha trascendido hasta nuestros días. Debido, principalmente, al cambio en la identidad visual que le propone el Grupo Empresarial al que se integra, se encuentra en la necesidad de realizar una auditoría de imagen para esclarecer si lo que realmente se necesita es esta transición radical o no.

Una evaluación de la autoimagen arroja que se debe profundizar en el análisis del clima laboral para detectar las brechas existentes en la relación entre los departamentos y las no conformidades que presentan los trabajadores sobre temas referentes a las políticas económicas y salariales, principalmente. Además, se recomienda una revisión de los discursos y mensajes que predominan en la institución. Uno de los principales resultados obtenidos es que los trabajadores y directivos no están de acuerdo con el cambio de identidad visual, sino que se prefiere una actualización de ella.

Reconocen los máximos representantes de esta entidad, que se debe dar un salto en cuanto a la imagen intencional

que se proyecta. Para ello se hace necesario trazar acciones coherentes de comunicación, publicidad y relaciones públicas que le permita a la empresa posicionarse en los medios de comunicación, plataformas digitales y mejorar su comunicación interna. Esto le permitirá, de la forma más resiliente posible, adaptarse a las transformaciones que reclama la sociedad.

Referencias bibliográficas

- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*.
- Carreño, F. (2010). *Auditoría de Imagen al Banco Mercantil con relación a un cambio de Identidad corporativa*, [tesis de grado, Universidad Católica Andrés Bello]. <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR9894.pdf>
- Costa, J. (2001). *La imagen corporativa en el siglo XXI*. La Crujía
- De las Heras-Pedrosa, C. (2016). Análisis y estudio de la imagen corporativa en las organizaciones. En, *Comunicación en mercados internacionales* (pp. 45-67). <https://www.researchgate.net/publication/308429291>
- Martínez Rodríguez, M., González Curbelo, V. B., Abreu Mora, J. L., y Morejón Morales, L. R. (2023). Comunicación y comercialización en la Empresa GydeMa, Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 8(3), 202-212. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/522>
- Medina Durán, A. M., & Rodríguez Carrillo, L. S. (2011). *Estudio de identidad visual e identidad corporativa de la PYME Rodríguez & Urbina LTDA*, [tesis de grado, Universidad EAN]. <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/963>
- Montenegro Morales, D. (2022). *La auditoría de imagen: Una alternativa empresarial con vistas al futuro*. https://www.researchgate.net/publication/360847642_La_auditoria_de_imagen_una_alternativa_empresarial_con_vistas_al_futuro The image audit a corporate alternative for the future?channel=doi&linkId=628e5c-f455273755ebb51588&showFulltext=true
- Morfa Álvarez, O, y Medina Hernández, O. (2023). El comercio electrónico, una herramienta de comunicación para el desarrollo de la Empresa GydeMa en Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 8(2), 120-127. <https://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes/article/view/483>
- Ortega Polanco, V. R. (2017). Gestión de la imagen corporativa de organizaciones universitarias desde el enfoque del marketing emocional. *Cienciamatría*, 3(5), 150-171. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7088670>
- Pallares Espinosa, J. E. (2014). Precisiones sobre el concepto de Imagen Corporativa. RHS: *Revista Humanismo y Sociedad*, 2(1), 33-41. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7083541>
- Pérez, D., & Martínez de Ubago, I. P. (2006). *La Comunicación con el Mercado. Los Medios de Comunicación y otros factores*.
- Saladrigas Medina, H. (2007). La Comunicación Organizacional: En busca de una definición. *Folleto Gerenciales*, (4), 20-31.
- Sanz De la Tejada, L. Á. (1996). *Auditoría de la imagen de empresa, Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Síntesis.
- Taboada Pérez, T. (2011). *Diagnóstico de Imagen Interna e Imagen Pública en ETECSA, Santa Clara*, [tesis de grado, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas]. <https://dspace.uclv.edu.cu/items/680eb9f3-e39b-4c83-aa7b-c5126f8741d6>
- Tielves Pérez, S. (2015). El valor estratégico de la imagen corporativa, su interrelación con la cultura e identidad. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, <http://www.eu-med.net/rev/caribe/2015/05/identidad.html>
- Trelles Rodríguez, I. (2004). Comunicación universitaria: gestión versus improvisación. *Revista de La Habana*, 159.
- Van Riel, C. B. M. (1997). *Comunicación Corporativa*. Prentice Hall Iberia.
- Villafañe, J. (1999). La gestión profesional de la imagen corporativa. Pirámide.
- Vintimilla Maldonado, M. B. (2017). *Auditoría de la imagen corporativa de la Orquesta Sinfónica de Cuenca*, [tesis de grado, Universidad de Cuenca]. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/28200/1/Tesis%20pdf.pdf>
- Vinueza Cevallos, G. P. (2014). *Estudio sobre la imagen corporativa en el posicionamiento empresarial en el sector hotelero de la ciudad de Riobamba*, [tesis de maestría, Universidad Regional Autónoma de Los Andes]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/3313>

Gestión de la política para la atención a la dinámica demográfica desde la comunicación

Policy management for attention to demographic dynamics from communication

Yadanna Pérez Rodríguez¹

E-mail: yperez@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7482-0234>

Gerardo Iglesias Montero¹

E-mail: giglesias@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9719-2234>

Marianela Dávila-Lorenzo²

E-mail: davilamarianela@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5651-958X>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

²Universidad Estatal de Oriente, Puebla. México.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pérez Rodríguez, Y., Iglesias Montero, G., Dávila-Lorenzo, M. (2024). Gestión de la política para la atención a la dinámica demográfica desde la comunicación. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 37-43. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Los retos teóricos metodológicos de la ciencia demográfica contemporánea están centrados en la comunicación en población y su fundamentación en el campo de la comunicación social. La presente investigación tributa a lo anterior toda vez que se precisa fortalecer las capacidades teóricas y prácticas de los decisores encargados de aplicar y evaluar las políticas sociales en relación con la dinámica demográfica. Para develar la contradicción se realizó un estudio de los documentos que desde las políticas nacionales e internacionales trazan las pautas para la atención a la dinámica demográfica en los territorios. Mediante la aplicación de métodos empíricos se produjo un acercamiento a la situación real que reveló como insuficiencias en torno al tema de estudio: escasos conocimientos de la ciencia demográfica, la falta de integración de los organismos implicados, así como una deficiente comunicación del dato demográfico entre los integrantes del Grupo de Atención a la Dinámica Demográfica en la provincia de Cienfuegos, y hacia la población en general. Por último, se consultó las diferentes experiencias y criterios desde el saber científico sobre esta problemática en busca de contribuir desde la comunicación a la gestión de la Política para la Atención a la Dinámica Demográfica en el Grupo de Atención a la Dinámica Demográfica de Cienfuegos.

Palabras clave:

Comunicación en población, Demografía, Dinámica demográfica.

ABSTRACT

The theoretical methodological challenges of contemporary demographic science are focused on population communication and its foundation in the field of social communication. This research contributes to the above since it is necessary to strengthen the theoretical and practical capacities of decision makers in charge of applying and evaluating social policies in relation to demographic dynamics. To reveal the contradiction, a study was carried out of the documents that, from national and international policies, outline the guidelines for attention to demographic dynamics in the territories. Through the application of empirical methods, an approach to the real situation was produced that revealed insufficiencies regarding the topic of study: poor knowledge of demographic science, the lack of integration of the organizations involved, as well as poor communication of demographic data between the members of the Group for Attention to Demographic Dynamics in the province of Cienfuegos, and towards the population in general. Finally, the different experiences and criteria were consulted from scientific knowledge on this problem in search of contributing from communication to the management of the Policy for Attention to Demographic Dynamics in the Group for Attention to Demographic Dynamics of Cienfuegos.

Keywords:

Communication in population, Demography, Demographic dynamics.

Introducción

La Gestión de la Política para la Atención a la Dinámica Demográfica desde los presupuestos de la Comunicación Social, ha tomado relevante importancia en la tentativa por introducir al escenario público la representación de los ingentes desafíos de la sociedad presente, respecto al necesario binomio población-desarrollo. Tal conexión cada vez más notoria: comunicación y demografía, equipara los recursos necesarios a los efectos de un modelo de desarrollo basado en la sostenibilidad que ante todo tiene el bienestar de la población en el primer lugar de la agenda.

La comunicación, ofrece una proposición heterogénea e integra a su vez “muchos fenómenos que juntos configuran un espacio conceptual amplio y confuso” (Galindo, 2011, p. 37). La comunicación, como ciencia, concibe todos los sucesos a través de los cuales los seres vivos dialogan con sus semejantes para intercambiar información. Comunicar, incluye participación, poner en común, siendo un proceso de representación social.

Las autoras Alonso y Saladrigas (2005) confirman que la comunicación es un proceso y éste, al igual que otros, se forma como una corriente por medio del tiempo como acción imperecedera, sin compromiso de quebrantar en universos separados. Todo proceso se gestiona dentro de un sistema y este se describe por instituir una asociación.

Por su parte, la dinámica demográfica se refiere a la evolución seguida por las variables básicas en el estudio de una población: nacimientos, defunciones y migraciones; los cuales son medibles a través de sus indicadores respectivos, a decir tasa bruta de natalidad, tasa bruta de mortalidad, y tasa de saldo migratorio. No obstante, como componente cuantitativo, se vale de un grupo de mediciones refinadas para establecer patrones de comparación al interior de la variable y en relación con otras variables.

La carencia de estudios delimitados a la actual agenda de investigación se revela por medio de la revisión de la literatura existente, por lo que el actual trabajo se proyecta a evaluar el vacío científico en relación a esta problemática. Su propósito sería viabilizar que las discusiones en materia de dinámica demográfica expresen las interrelaciones de sus variables con las necesidades de la sociedad local; donde las personas sean capaces de tomar conciencia de la necesidad de revertir los actuales comportamientos del crecimiento de la población en aras de alcanzar los modelos de desarrollo que se proponen.

Si bien es cierto que se constata un incremento de la producción científica en materia de comunicación, aún es insuficiente la investigación destinada a la comunicación en población. En Cuba, con las consecuencias perennes en la disposición etaria de la población, apremia a la ciencia un trabajo transversal a cada acción. La comunicación, puede y debe ser protagonista de y para el progreso.

Trasciende de manera apremiante, desde este momento en la investigación, confrontar los instrumentos, no perder de vista las peculiaridades y reestablecer los entendimientos que animen una efectiva comunicación en población, al iniciar su acción desde los decisores e instituciones que

poseen el encargo social de generar políticas sociales que involucren la dinámica demográfica.

El Grupo de Atención a la Dinámica Demográfica (GADD) en la provincia de Cienfuegos está constituido por los siguientes actores: la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI), el Ministerio de Salud Pública (MINSAP), el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), el Ministerio de la Construcción (MINCONS) a través de Dirección de la Vivienda, el Ministerio de Educación Superior (MES); entre los de responsabilidad directa. Asimismo, existen un grupo de organismos acompañantes del proceso tales como el Ministerio de Educación (MINED), el Instituto Nacional de Ordenamiento Territorial y Urbano (INOTU), el Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), el Ministerio de Cultura (MINCULT), la Dirección Nacional de Deportes (INDER), las organizaciones sociales y de masas entre otras.

Asimismo, se apoya en las investigaciones del Observatorio Demográfico coordinado desde la universidad en el territorio. Esta entidad tiene como propósito analizar, evaluar, sistematizar y producir información sobre los procesos de la dinámica demográfica en la provincia de Cienfuegos con una mirada integral (Aja Díaz, 2022).

Como se aprecia de lo anterior, es variada la composición, así como el encargo particular de cada organismo. Por tanto, constituyen atravesamientos, -económicos, jurídicos, ambientales, sociales- que deben ser considerados y que solo lograrán un correcto equilibrio a través de la integración, favorecida por el trabajo en equipo.

En todo esto la comunicación en población deberá ir más allá de la mera información; deberá indagar en cómo construir relaciones interpersonales, desarrollar procesos participativos donde «lo demográfico» constituya la tarea. Solo de esta forma podrá contribuir a propiciar el surgimiento en la población de otras actitudes y pensamientos sobre su cotidianidad y cómo ser un agente activo de los procesos sociales

Materiales y métodos

La problemática a resolver, requiere de profundizar en el campo de las ciencias de la comunicación pues se pretende evaluar la gestión de la Política para la Atención a la Dinámica Demográfica desde la comunicación en el GADD de la provincia de Cienfuegos. Ello requerirá una sistematización de los principales fundamentos teóricos-metodológicos que abordan la comunicación en población de una parte, como objeto de investigación y de la gestión de la Política para la Atención a la Dinámica Demográfica.

La Perspectiva Cualitativa - Paradigma Interpretativo, sustentan el actual estudio. La revisión bibliográfica deja en evidencia teorías y concepciones cercanas a la autora, se asume, para la actual investigación, la concepción de Trinquete Díaz (2019) en su investigación: Dinámicas de población, comunicación y sostenibilidad ambiental: nexos para el desarrollo; flexible ante el análisis del presente estudio.

La constatación empírica que facilite la caracterización del GADD de la provincia de Cienfuegos será posible mediante la aplicación de entrevistas a los directivos responsables

de la aplicación de la Política de Atención a la dinámica Demográfica en el territorio, además de cuestionarios que serán aplicados al resto de los integrantes del grupo. En todo momento tendrá presencia la observación científica de tipo participantes. En aras de conocer lo relacionado con la aplicación de la política se acudirá al análisis de documentos

Resultados-discusión

La complejidad de la demografía como disciplina científica está presente desde su propia definición. Se evidencia que su objeto de estudio está determinado por la reproducción de las poblaciones humanas, lo cual se sintetiza en los procesos que dan lugar a la formación, reproducción y desaparición de las mismas, a lo cual se integra la movilidad. Se infiere entonces que estos procesos son interdependientes y sus combinaciones determinan el volumen, las características y las transformaciones de la población.

Dicho de esta forma pudiera parecer que se está en presencia de un grupo de operaciones simples donde se suman y se restan individuos, pero tal reproducción no es solo sinónimo de sustitución, y tampoco se habla de sucesión natural de generaciones. El problema es más complicado; ante todo porque incluye la movilidad (mecánica, profesional, de instrucción, étnica, etc.). Destacando, además, que estos individuos comparten entre sí un espacio de vida físico, social y temporal, por lo que desarrollan un conjunto de actividades sociales, laborales, recreativas, educativas y culturales para lo cual establecen relaciones sociales que demandan servicios y recursos.

Un breve acercamiento al portal del Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA), revela que la mejor forma de garantizar la sostenibilidad es planificándola y poniendo a las personas al centro de la agenda del desarrollo, por lo que los datos de población son cruciales para medir el progreso en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) (Fondo de Población de las Naciones Unidas, [UNFPA], 2018).

Al indagar en la producción científica relacionada con la investigación se pudo constatar que los autores internacionales que más han hecho aportaciones han sido: Arriaga Sandoval (1997), antropólogo y demógrafo mexicano, especializado en promover la atención pública a los temas de población; Miró (1999), demógrafa, socióloga y estadística panameña, fue impulsora de la Demografía crítica latinoamericana; Vallin (1994) demógrafo francés que ha dedicado sus investigaciones a temas de población y desarrollo, así como la mortalidad, salud y epidemias; Tuirán Gutiérrez (1996), quien profundizó sus estudios en la comunicación en población, y reiteró la necesidad de fomentar una cultura demográfica en la sociedad; Vieira-Pinto (1973), intelectual brasileño que ha facilitado herramientas analíticas para que los estudios de poblaciones rebasen el marco de las expresiones numéricas y se adentre en la comprensión sociocultural; y Zemelman (1982), sociólogo latinoamericano, especializado en temas teórico-metodológicos sobre investigación en población desde el paradigma de las mediaciones.

Por su parte los autores cubanos referentes para la investigación son, entre otros: Aja Díaz (2022), sociólogo y

demógrafo, director del CEDEM especializado en temas migratorios internacionales; Albizu-Campos (2013), estudioso de la dinámica demográfica, aspectos económicos de la población y demografía analítica; y Trinquete Díaz (2019, 2021), dedicada a los estudios de comunicación en población.

Políticas asociadas a la dinámica demográfica

Abordar en profundidad el tema objeto de la investigación pasa por un análisis evolutivo de las políticas, tanto en el contexto internacional como en el nacional- relacionadas con las interrelaciones entre la dinámica demográfica y el desarrollo social. En el ámbito internacional el comportamiento ha sido el siguiente:

La I Conferencia Mundial de Población se organizó en Roma (Italia) en 1954 con un propósito académico. Estuvo dirigida al intercambio de información científica sobre las variables demográficas, así como sus determinantes y consecuencias, lo que permitió producir una información más completa sobre la situación demográfica de los países en desarrollo. Igualmente se propuso promover la creación de centros regionales de capacitación que ayudarían a resolver los problemas de población y preparar especialistas en análisis demográfico (Organización de las Naciones Unidas, [ONU], 1954).

Para el año 1965 se desarrolla en Belgrado (Yugoslavia) la II Conferencia Mundial sobre Población. La misma se centró en el análisis de la fecundidad como parte de la política de planificación del desarrollo. Igualmente se llevó a debate la interdependencia de los factores económicos y demográficos, observándose opiniones encontradas en el abordaje entre países desarrollados y países en desarrollo. De hecho, la amplitud del tema no permitió que se llegara a resultados concretos (ONU, 1965).

La III Conferencia Mundial sobre Población Bucarest, (Rumania), 1974 dejó como resultado el Plan de Acción Mundial sobre Población. Tal documento estipula, -entre sus principios-, que el objetivo esencial es el desarrollo social, económico y cultural de los países, que las variables demográficas y el desarrollo son interdependientes y que las políticas y metas demográficas son una parte integral de las políticas de desarrollo socioeconómico (ONU, 1975).

La Ciudad de México, (Estados Unidos Mexicanos) acogió en 1984 la Conferencia Internacional sobre Población donde se revisaron y aprobaron la mayoría de los aspectos de los Acuerdos de la Conferencia de Bucarest de 1974. Además, el Plan de acción mundial sobre población se amplió con el propósito de incorporar los últimos resultados de las investigaciones y los datos proporcionados por los gobiernos. Los derechos humanos, las condiciones de salud y bienestar, el empleo y la educación se encuentran entre los temas destacados en la Declaración firmada en esta conferencia (ONU, 1984).

Un nuevo Programa de Acción como guía para la acción nacional e internacional en el campo de la población y el desarrollo durante veinte años resultó de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo acaecida en 1994 en El Cairo (Egipto). Esta nueva agenda de acción hizo énfasis en la relación indisoluble entre población

y desarrollo; enfocándose en satisfacer las necesidades de las personas dentro del marco de estándares de derechos humanos universalmente reconocidos, en lugar de simplemente responder a metas demográficas. Este programa transformó la forma en que se abordaban los vínculos entre la población, la reducción de la pobreza y el desarrollo sostenible, y colocó los derechos, las necesidades y las aspiraciones de las personas en el centro del desarrollo sostenible (ONU, 1994).

Durante los años 1999 y 2014, Nueva York (Estados Unidos de América) fue escenario de dos períodos extraordinarios de sesiones de la Asamblea General de las Naciones Unidas para examinar y evaluar la aplicación del Programa de Acción adoptado en la conferencia de 1994. Los avances y desafíos encontrados en la implementación de las estrategias de población y desarrollo fueron los temas centrales de estos encuentros de líderes mundiales (ONU, 1999; ONU, 2014).

La Cumbre de Nairobi (Kenya) (CIDP+25), así reconocida internacionalmente a la Conferencia Internacional de Población y Desarrollo de 2019 movilizó la voluntad política y los compromisos financieros para implementar su Programa de Acción. Estos compromisos se enfocan en lograr cero necesidades insatisfechas de información y servicios de planificación familiar, cero muertes maternas evitables, violencia sexual y de género y prácticas nocivas contra mujeres y niñas (ONU, 2019).

La «Declaración de Nairobi sobre la CIPD25: Adelantando la promesa» aseveró que el futuro del desarrollo sostenible está directamente relacionado con el cumplimiento de las aspiraciones de los adolescentes y los jóvenes, aprovechando la diversidad demográfica. Empoderar a los jóvenes del mundo y liberar su potencial para contribuir al progreso económico y social será fundamental para hacer realidad la visión y la promesa del Programa de Acción de la CIPD y de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Igualmente enfatizó en que el logro de un desarrollo sostenible, justo e inclusivo debe basarse en acciones que satisfagan las necesidades y las aspiraciones de todas las personas. Para ello es necesario alcanzar el acceso universal a la salud y los derechos sexuales y reproductivos como parte de la cobertura universal de salud con énfasis en contextos humanitarios vulnerables. Igualmente consideró decisivo abordar la violencia sexual y por razón de género y las prácticas nocivas, en particular los matrimonios infantiles, precoces y forzados y la mutilación genital femenina.

En el escenario nacional en materia de población la dirección del país ha tomado varias iniciativas que se adentran en los años 80 del s. XX, cuando se analizó la posibilidad de una Política de Población para Cuba. Por su parte el siglo XXI ha sido de un mayor auge para los procesos demográficos. Entre las principales acciones se destacan:

- En 2006, se creó un Grupo de Trabajo Multidisciplinario para realizar un estudio de las causas que provocaban la reducción de la natalidad y sus efectos en el proceso de envejecimiento poblacional.
- Un año después, 2007, se creó el Grupo de Trabajo para el Análisis y Atención de las Temáticas Demográficas

- En los años 2009 y 2011 se aplicaron dos encuestas que abarcaron el territorio nacional (Encuesta Nacional de Fecundidad y de Envejecimiento).
- En el año 2011, se aprueba el Lineamiento de la Política Económico y Social 144: “Brindar particular atención al estudio e implementación de estrategias en todos los sectores de la sociedad para enfrentar los elevados niveles de envejecimiento de la población” (Partido Comunista de Cuba, [PCC], 2011, p.23).
- En el año 2012 se realizó un análisis del proceso de envejecimiento que integró una visión territorial. Igualmente, se caracterizaron las tendencias demográficas de ese momento y las perspectivas de la población cubana. Todo esto sirvió de base para la elaboración de una propuesta estratégica para abordar el envejecimiento en el país, como parte de una Política de Población en el año 2013.
- En octubre de 2012, mediante el Acuerdo 7302 del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros (CECM), se constituyó la Comisión Gubernamental para la Atención a la Dinámica Demográfica. Con posterioridad el Acuerdo 32/14 del Consejo de Ministros aprueba la «Política para atender los elevados niveles de envejecimiento de la población cubana».
- El 7mo. Congreso del PCC aprueba el Lineamiento 119 con especificidad hacia la Dinámica Demográfica: “Garantizar la implantación gradual de la política para atender los elevados niveles de envejecimiento de la población. Estimular la fecundidad con el fin de acercarse al reemplazo poblacional en una perspectiva mediana. Continuar estudiando este tema con integralidad” (PCC, 2017, p.27).
- El 12 de mayo de 2020, el Primer Ministro emitió las «Indicaciones para la constitución de los Grupos de Atención a la Dinámica Demográfica y de los Observatorios Demográficos en las provincias y municipios», con el propósito de lograr la participación efectiva y sistemática de los gobiernos en la atención a este tema.
- El 20 de mayo de 2020 el CECM aprueba 23 nuevas medidas para incentivar la natalidad y el adelanto de la mujer.
- En el 8vo. Congreso del PCC (2021) en el apartado VI Política Social se aprueba el Lineamiento 90: “Continuar la implantación gradual, en todos los sectores de la sociedad, de las medidas para atender el envejecimiento poblacional y, en especial, las encaminadas a estimular la fecundidad” (p.69).

Al convenir que en el comportamiento y las tendencias demográficas de una nación o territorio convergen procesos socioeconómicos y culturales que resultan determinantes, las acciones que se diseñen deben ser coherentes e integrar los actores sociales implicados. Todo ello facilitará su ejecución, control y evaluación. De ahí que las acciones expuestas constituyen antecedentes para la promulgación de una Política de Atención a la Dinámica Demográfica en Cuba.

Gestión de la política para la atención a la dinámica demográfica en el GADD de la provincia de Cienfuegos

Los objetivos de la política están encaminados a estimular, dinamizar y viabilizar procesos relacionados con la fecundidad en función de acercarse en una perspectiva mediata al reemplazo poblacional que necesita la población cubana para crecer. Asimismo, se presta atención personalizada a la población de 60 años y más, incluida su participación en la vida económica, política y social del país. Igualmente, se estimula de manera especial la incorporación al empleo de las personas aptas para el trabajo, y de esta forma minimizar el impacto del envejecimiento de la población.

La visión de la comunicación en población desde el contexto micro, urge de la capacitación de los decisores y agentes participantes del proceso. Como consecuencia se hace indispensable la visión articulada de población y desarrollo, toda vez que en los territorios se construyen las estrategias de desarrollo. Además, la gestión de la comunicación en población trascenderá en una cultura demográfica para la sociedad.

Hoy en Cuba, lo anterior se expresa fragmentado y disperso desde la producción científica tanto en lo que concierne a la ciencia demográfica como al de las ciencias de la comunicación. Y es que ha predominado el análisis cuantitativo en detrimento de los estudios de población, y siempre en los círculos de los decisores. La población ha sido comunicada, más no informada.

Es vital para la Gestión de la Política para la Atención a la Dinámica Demográfica desde la Comunicación, la retroalimentación, determinada por Trelles (2004) como: "un conjunto dinámico que debe funcionar correctamente para obtener como resultado una eficiencia en este proceso, que constituye la columna vertebral de la funcionalidad de una organización." Son, por ello, los intentos de superar y ordenar que emergen desde la academia, que van dirigidos a la capacitación de los decisores y a contribuir al compromiso social.

En este tipo de investigación, se constata que; uno de los principales inconvenientes radica en que la generalidad de estudios realizados ha sido desde otras disciplinas, -Economía, Contabilidad, Matemáticas, Estadísticas-; en las que se hace uso de la problemática, pero con la mirada propia de dichas ciencias. Y por supuesto que con la ausencia de una visión integrada que contemple la comunicación social. De ahí la intención de dimensionar la comunicación social para acompañar los estudios de población; de igual forma como acompañamiento y asistencia a la información de los resultados del resto de las disciplinas.

En este sentido, la labor de la Asociación Nacional de Economistas de Cuba (ANEC) en el territorio, a través de su Sociedad científica de población pudiera tener un mayor alcance, toda vez que, en la exploración realizada se comprobó que, la visión comunicológica queda fuera del contexto investigativo, solo se acometen trabajos de un fuerte componente estadístico. Es así que los resultados pasan por el inconveniente de su mejor comprensión por parte de decisores y público en general. Al comunicar en población, los mensajes, han de perseguir los objetivos de promover

el saber, el cambio de actitudes, la gestación de valores, emociones y capacidades que favorezcan el avance.

Los cuestionarios aplicados revelaron el déficit en la formación profesional que incide en la comprensión de los procesos demográficos por parte de los miembros del GADD y demás agentes. En especial de periodistas, locutores, y directivos en los medios seleccionados para su difusión. También se corroboró que no se trabaja en equipos, sino desde cada organismo en particular, y en ocasiones se estructuran desde bases empíricas. Especial reconocimiento merece salud pública por realizar estudios integradores.

La entrevista a especialistas refuerza que los temas demográficos han sido poco abordados en los medios, asociada su presencia, generalmente, con coyunturas informativas específicas, por lo que se necesita un cambio de mentalidad para continuar el proceso de elaboración conceptual y práctico. Del mismo modo se manifiesta a través de la observación el hecho de clarificar la visión sobre investigación, comunicación y educación en temas de población, en unión del monitoreo y la evaluación de los procesos a ellos relacionados en la provincia.

A partir de las técnicas aplicadas a: comunicadores, GADD y Observatorio demográfico, se pudo constatar la recurrencia al análisis estadístico como aspecto principal para la toma de decisiones. Se enfatiza, de esta manera, la preocupación respecto a los procesos comunicativos en torno a la dinámica demográfica en los diversos contextos que han estado destinados a la toma de decisiones en el diseño de alternativas en materia de población.

Y se trata en primer lugar de que los especialistas en demografía, de consuno con los comunicadores, sean capaces de proponer interpretaciones del dato demográfico tomando las cifras, proyectando representaciones gráficas (barras, líneas, figuras, etc.), estableciendo paralelos, hasta la descripción verbal de tablas, tasas, proporciones e histogramas. Para ello, la academia (Universidad de Cienfuegos-Universidad de Ciencias Médicas) deberá diseñar cursos de capacitación que involucren al GAD en primera instancia, pero también a los decisores, periodistas y comunicadores quienes tienen el encargo social de comunicar la población.

Todo ello lleva a los autores a abundar en tales estudios desde la comunicación en población. Para tales fines se trabaja en la gestión e interpretación del dato demográfico a partir de la trasmisión de contenidos actualizados y cercanos a decisores y todo tipo de público. Son ellos los relacionados con el comportamiento de las variables demográficas que integran su dinámica (nacimientos-defunciones-migraciones), y desde ahí establecer las relaciones con el comportamiento de la fecundidad, envejecimiento, crecimiento, disponibilidad de fuerza laboral, así como otros procesos colaterales que son resultado y que no deben dejar de profundizarse en aras de diseñar políticas públicas atemperadas a resolver las necesidades de la población.

Generar desde la comunicación en población, comprende la instauración de un marco comunicativo institucional, además del ejercicio de socialización de los procesos por todos los medios posibles. Así, son conocidos, visibles y

cercanos los desafíos demográficos que se afrontan. Al ser informadas todas las partes tienen y pueden influir o participar.

La gestión comunicacional, para la agenda demográfica, aproxima a las partes, decisores y públicos meta, para que se identifiquen con sus procesos; así proyecta las bases para el cambio en las actitudes. La comunicación es el trayecto, descansa en la elaboración de una estrategia como escenario desde los recursos demográficos.

Los gestores de los procesos demográficos han de aprovechar la ciencia para lograr efectividad. La proyección de evidencias de la realidad de los datos en población, la práctica de un proceso dialógico, media entre la demografía y la sociedad como agentes interactivos y congruentes. La disertación mediadora también reorienta las interpretaciones de y para una realidad cercana.

Conclusiones

La investigación, desde la comunicación, integra las dinámicas, fenómenos, efectos y procesos demográficos. Al considerar las derivaciones de los instrumentos aplicados se deja ver que los elementos cardinales teóricos-metodológicos que se afrontan en la comunicación del dato demográfico, se enfatiza la urgencia en comunicar el dato. Al partir de la correspondencia: teoría-práctica, las perspectivas referenciales en las disímiles disciplinas y paradigmas confieren los resúmenes estructurantes y estructuradores del sondeo actual de comunicación en población.

Se descubren transversalizados y determinados por la interrelación de un contiguo de componentes indispensables para concebir la experiencia investigativa en esta agenda para su eficaz expansión, avance y comunicación. Al comunicar el dato más allá del dato numérico, el examen será más cercano al reflejo de las dinámicas demográficas, como horizonte en la analogía: población-desarrollo. Con el fin de lograr una cultura demográfica que garantice a los ciudadanos los conocimientos y la participación en sus dinámicas de población, se reconoce la necesaria comunicación del dato articulado a todos los niveles dónde se obtienen y procesan, desde los decisores, los medios, la academia, hasta llegar al pueblo.

Se apuesta por forjar términos desde la comunicación más ligados al contexto, crean así, procesos de evolución donde se ratifican por acción los instrumentos originados en los agentes del cambio. Asiste el presente trabajo en una multiplicidad manifiesta de agentes sociales y relaciones de soberanía que se aproximan en y desde la comunicación demográfica, y por tanto, en las informaciones que los medios de comunicación divulgan sobre el contenido. Como resultado, algunos grupos toman la palabra desde el liderazgo, otros conservan el silencio.

La gestión desde los medios de comunicación es compleja, pero fortalece el escenario actual, en la medida en que los implicados sean, tengan y tomen parte en el proceso. Tanto decisores como la población deben percibir su compromiso. Es necesario tener en cuenta los criterios de todos. Con ello se gesta conciencia crítica en la población y se le ofrece herramientas para la contribución a su propio desarrollo.

Referencias bibliográficas

- Aja Díaz, A. (2022). *Una ruta de trabajo para los Observatorios Demográficos. Camino para la implementación de la Política de Atención a la Dinámica Demográfica en Cuba*. Editorial Centro de estudios Demográficos (CE-DEM), Universidad de La Habana.
- Albizu-Campos, J.C. (2013). Dinámica demográfica cubana. Antecedentes para un análisis. *Novedades en Población*, 9(18), 1-35. <https://revistas.uh.cu/novpob/article/view/921>
- Alonso, M. M., & Saladrigas, H. (2005). La investigación en Comunicación. En, H. Saladrigas Medina, (compl.) *Introducción a la Teoría y la Investigación en Comunicación*. Editorial Félix Varela.
- Arriaga Sandoval, A. (1997). Cambios en las políticas de población en el mundo. *Revista DemoS*, (10), 41-42.
- Castillo Fernández, D. (2019). Carmen A. Miró G y la Demografía latinoamericana. *Tareas*, 162, 17-22. <https://www.redalyc.org/journal/5350/535059263003/html/>
- Galindo Cáceres, L. J. (2011). Reseña de Estrategias de Comunicación de Rafael Alberto Pérez. *Razón y Palabra*, (75).
- Miró, G. (1999). América Latina: La población y las políticas de población entre Bucarest y El Cairo. *Revista Papeles de Población*, 5(20), 9-23. <https://rppoblacion.uaemex.mx/article/view/18019>
- Organización de las Naciones Unidas (1965). *Actas de la Conferencia Mundial de Población, 1965. Volumen I: Informe resumido*. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas (1999). *Resolución aprobada por la Asamblea General, A/RES/S 21/2*. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (1954). *Actuaciones de la Conferencia Mundial de Población, 1954*. Biblioteca Comisión Económica para América Latina. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (1975). *Informe de la Conferencia Mundial de Población. Bucarest, 19 al 30 de agosto de 1974*. Consejo Económico y Social, CEPAL. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (1984). *Report of the International Conference on Population*. Mexico City, 1984. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (1985). *Informe de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, el Cairo*. Nueva York.

- Organización de las Naciones Unidas. (1994). *Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo*. Fondo de Población de las Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (1995). *Informe de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, el Cairo*. Nueva York.
- Organización de las Naciones Unidas. (2014). *Marco de medidas para el seguimiento del Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo después de 2014. Informe del Secretario General*. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Organización de las Naciones Unidas. (2019). *Declaración de Nairobi sobre la CIPD25: Adelantando la promesa*. <https://www.un.org/es/conferences/population>
- Partido Comunista de Cuba. (2011). *Lineamientos de la Política Económico y Social del Estado y la Revolución*.
- Partido Comunista de Cuba. (2017). *Documentos del 7mo. Congreso del Partido aprobados por el III Pleno del Comité Central del PCC el 18 de mayo de 2017 y respaldados por la Asamblea Nacional del Poder Popular el 1 de junio de 2017 (I)*. <https://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/%C3%BA%ltimo%20PDF%2032.pdf>
- Partido Comunista de Cuba. (2021). *Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista. Lineamientos de la política económica y social del partido y la revolución para el período 2021-2026*. <https://www.tsp.gob.cu/documentos/lineamientos-de-la-politica-economica-y-social-del-partido-y-la-revolucion-para-el>
- Trinquete Díaz, D. (2019). *Dinámicas de población, comunicación y sostenibilidad ambiental: nexos para el desarrollo, flexible ante el análisis del estudio presente*, [tesis doctoral, Universidad de La Habana].
- Trinquete Díaz, D. (2021). Contar la población: Mediaciones para la comunicación de la dinámica demográfica. *Novedades en Población*, 17(33), 245-273. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1817-40782021000100245&lng=es&tlng=es.
- Tuirán Gutiérrez, R. (1996). Cultura demográfica. Comunicación en población y procesos de difusión. *Revista DemoS*, (009). <http://revistas.unam.mx/index.php/dms/article/download/6677/6197>
- UNFPA. (2018). *Plan Estratégico del UNFPA, 2018-2021*. Fondo de Población de las Naciones Unidas. <https://lac.unfpa.org/es/temas/poblaci%C3%B3n-y-desarrollo>
- Vallin, J. (1994). *La Demografía*. CELADE.
- Vieira-Pinto, A. (1973). *El pensamiento crítico en demografía*. CELADE.
- Zemelman, H. (1982). Problemas en la explicación del comportamiento reproductivo (sobre las mediaciones). En *Reflexiones teórico-metodológicas sobre investigación en población*. El Colegio de México.

Consideraciones teóricas sobre el análisis del discurso a programas informativos en emisoras comunitarias

Theoretical considerations about the analysis of the radio speech in those programs on community stations

Bárbara Milagro Cortellan Conesa¹

E-mail: barbaracortellan@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0861-2377>

¹Periódico 5 de Septiembre. Cienfuegos, Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Cortellan Conesa, B. M. (2024). Consideraciones teóricas sobre el análisis del discurso a programas informativos en emisoras comunitarias. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 44-50. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Los informativos de la radio constituyen un elemento de primera importancia en la experiencia organizativa de las comunidades. Además de entregar la palabra al pueblo, le permite comprender la necesidad de la organización y encontrar las formas para actuar frente a las diferentes problemáticas de la localidad. El objetivo del presente artículo es elaborar un compendio sobre algunas consideraciones teóricas del análisis del discurso a los programas informativos en emisoras comunitarias. Para ello se realiza el estudio descriptivo que parte del método revisión bibliográfica-documental, la aplicación del análisis-síntesis, inducción-deducción y la modelación para elaborar una monografía de consulta dirigida a profesionales de las comunicaciones estructurada en varios epígrafes que contienen: El discurso radiofónico, La radio. Sus géneros y formatos, El lenguaje radiofónico, La Agenda Setting, las Mediaciones que inciden en la construcción del discurso periodístico y la radio comunitaria. Se concluye que el discurso radiofónico de los programas informativos es un factor esencial a tener en cuenta. Su análisis en profundidad, características y adecuación inciden de manera directa en la calidad del producto comunicativo.

Palabras clave:

Construcción del discurso radiofónico, Radio comunitaria, Géneros periodísticos, Agenda setting.

ABSTRACT

The news programs for radio broadcast constitute an extremely important element, related to the organizational experience of communities. Besides giving the word to the people, they permit comprehend the organization's needs and, at the same time, to find the way of acting regarding the different dilemmas of the locality. The aim of this article consists on elaborating a résumé about some of the theoretical considerations of the analysis of the radio speech in those programs. In order to defend that, the author organizes a descriptive study that goes on a bibliography review, and the application of analysis-synthesis, induction-deduction and modeling to prepare a consultation monograph aimed at communications professionals structured in several headings: Radio speech; Radio. Its genres and formats; Radio language; The Agenda Setting and the Media that affect the construction of journalistic discourse and community radio. The author defends the idea that the radio speech in the news programs constitutes an essential issue to have into consideration, as well as its profound analysis, features and adjustments that have a direct impact on the quality of the communicative product.

Keywords:

Construction of the radio speech, Communitarian communication, Journalistic genre, Agenda setting

Introducción

La radio es un medio de comunicación único pues transmite información exclusivamente auditiva. Posee a su favor que la difusión es rápida y el costo para llegar a ella es bastante económico, estos factores hacen de la radio un medio masivo valioso e invaluable al momento de informar y educar (Hidalgo, 2019).

Según Méndez (2017) la evolución de la radio ha demostrado que su función básica es directa, si se tiene en cuenta que se considera un medio de comunicación porque no solo emite información, recibe a su vez comunicación de los usuarios u oyentes, quienes opinan en plena participación sobre los temas tratados. Proceso en el que desempeñan un papel importante, los elementos de la comunicación: fuente, mensaje, codificación, canal receptor, decodificación y retroalimentación.

Con el tiempo apareció un nuevo elemento en la radio: la parrilla de programación, que permitió el paso a la clasificación de las emisiones. Esta transición se manifiesta en los contenidos y las formas de los programas radiales.

Lo cierto es que la radio ha creado un discurso propio donde la combinación de la presencia humana con diversos géneros radiofónicos y periodísticos ha dado lugar a una relación singular entre las audiencias y el medio.

En la actualidad los procesos que generan las dinámicas de acción en torno al trabajo social y la comunidad, son de especial importancia en la decisión para un desarrollo sustentable y para ello es vital, la influencia de los medios de comunicación. Solo se comunica lo que se conoce, y si se anhela una sociedad no sojuzgada por la homogenización, construida sobre el diálogo y la cooperación solidaria, el perfeccionamiento de competencias comunicativas, es un elemento esencial.

Los programas informativos son comunes en las emisoras, bien sea con boletines a cada hora o con informaciones cada cierto tiempo. Lo que está claro es que la información clara e inmediata es un deber de toda radio por lo que parece que este género radiofónico permanecerá en las parrillas de la programación de las emisoras durante muchos años.

Analizar cómo se puede, desde la radio que se protagoniza hoy, hacer frente a la tiranía de la industria cultural y lograr que en medio de ello las audiencias continúen al lado del medio radiofónico, es premisa esencial de quienes escriben, dirigen y conducen espacios radiales en las estaciones, siempre sobre la base de las enormes posibilidades que otorga este medio específico y su influencia dentro de la comunidad.

Los medios de comunicación masiva, a través del discurso mantienen un estrecho vínculo con la comunidad. Analizar la alocución radiofónica y conocer sus características es fundamental para dirigir de forma correcta la intención comunicativa, al contextualizarla y estructurarla, lo que propicia una mayor efectividad en el mensaje que se transmite al público.

Materiales y métodos

Se realiza el estudio descriptivo que parte del método revisión bibliográfica-documental y la aplicación del análisis-síntesis, e inducción-deducción sobre el tema objeto de estudio. Se realiza una búsqueda bibliográfica con las palabras clave discurso radiofónico, lenguaje radiofónico y radios comunitarias. Se parte del enfoque de la Teoría de la Agenda-Setting como una de las principales teorías asociadas a la comunicación de masas y se toman en cuenta los referentes de Martín Barbero (2008) en relación al análisis de las mediaciones para la producción de información.

Resultados-discusión

El discurso radiofónico

Según Mata y Scarafia (1993, citado por Malacatus, 2023), el discurso radiofónico es un conjunto de todo lo que emite una emisora de radio en un periodo determinado, integrado por elementos lingüísticos (palabras), sonoros (efectos, silencios) y musicales; abarca los modos expresivos: géneros, formatos o estructuras particulares propias de cada género y recursos (técnicas de manifestación y difusión de los contenidos que forman parte distinta de varios géneros), que son las formas en que se organizan y presentan sus diversos componentes. El discurso radiofónico posee características especiales por las peculiaridades del medio.

En efecto, para explicar qué es el discurso, no solo se debe analizar su estructura interna, las acciones que se desarrollan o las operaciones cognitivas involucradas en el uso del lenguaje; sino que también hay que dar cuenta del “discurso como acción social, dentro de un marco de comprensión, comunicación e interacción que a su vez forma parte de estructuras y procesos socioculturales más amplios” (Van Dijk, 2000, citado por Rodríguez, 2012, p. 9).

En la construcción de los discursos radiofónicos informativos se encuentran estructuras y características que permiten comprender, si poseen, o no, sinergia propia que da cuenta de sus relaciones con el contexto social en que transitan y de la capacidad persuasiva que transmiten a los oyentes, para propiciar cambios en aras del desarrollo de las comunidades.

Es ese el estilo, entre las formas presentes del discurso y los procesos en el lado de la producción, entre el síntoma y el núcleo oculto que le da origen y forma, como se deben analizar los discursos, es decir, entenderlos como síntomas, no como espejos que necesariamente reflejan de manera transparente la realidad social, ni los pensamientos o intenciones de las personas. Así, lo que ocurre en el nivel de la circulación de los discursos no es un reflejo de lo sucedido en el nivel de su producción, lo que quedan son huellas, pistas, hebras, síntomas que el analista debe saber describir e interpretar.

El lenguaje radiofónico

El lenguaje radiofónico es básicamente el uso del lenguaje oral para la transmisión de contenido mediante la radio. Este usa un conjunto de técnicas, recursos y formas de expresión aplicadas en la producción y transmisión

de programas, donde la voz y sonidos hacen atractivo el mensaje para la audiencia. Sin embargo, este no se limita al lenguaje verbal de la radio, es mucho más que eso, se compone de sistemas expresivos, la palabra, la música, el silencio y los efectos sonoros, son los cuatro elementos que lo integran (Romo, 1997, citado por Malacatus, 2023).

Para crear del lenguaje radiofónico una obra de arte que permita originar retratos más precisos e impactantes en la imaginación del destinatario, es necesario distinguir, ajustar y expresar los elementos sonoros de la manera más indicada posible, en el momento exacto y en el espacio de tiempo favorable.

Según Merayo (2014, citado por Hidalgo, 2019) “cuanto superior sea la claridad con la que se armonizan todos estos aspectos -palabras, músicas, efectos y silencios- más rico y sugerente resultará el anuncio, y, por lo tanto, más atractiva, perceptible y efectiva la información” (p.11).

El lenguaje radiofónico debe ser emprendedor, flexible y fluido. Su prioridad es la comunicación y para potenciar su papel crucial como órgano de información al servicio de la comunidad. Los mensajes deben ser claros y llegar a todos los oídos.

La palabra es todo el sistema expresivo del lenguaje verbal y el medio de comunicación entre las personas. En contraposición, el silencio es ausencia de sonido, en la palabra es la pausa o ausencia de esta. Si así fuera, sería razonable no clasificar el término como elemento del mensaje sonoro, pero, la información que transmite el silencio en la radio posee suficiente significación como para considerarlo un elemento más del mensaje radiofónico (Balsebre, 2010).

López (2015) señala cinco elementos en el lenguaje radial: la palabra, la música, los efectos sonoros, el silencio y el ruido.

- La Palabra: unidad fundamental sobre la cual se articularán los demás elementos del sonido (por la sobrevaloración que se le ha dado siempre). Constituye el medio expresivo por excelencia entre los seres humanos, y por ende de la radiodifusión.
- La Música. La música y los sonidos son preciosos auxiliares. Los sonidos contribuyen a que el radioescucha vea con su fantasía lo que se quiere describir; la música, a que sienta las emociones.
- Los Efectos Sonoros: según Balsebre (2010) son un conjunto de formas sonoras representadas por sonidos inarticulados o de estructura musical, de fuentes sonoras naturales y artificiales, que restituyen la realidad objetiva y subjetivamente construyendo una imagen.
- El Silencio: en el lenguaje radiofónico el silencio es la ausencia de los otros elementos: la palabra, la música, los efectos, el ruido. Se clasifican en silencios intencionados (pausas) o no intencionados (baches). Camacho (1999, citado en Malacatus, 2023) refiere que el silencio intencionado es aquel que busca resaltar y complementar los demás elementos, los cuales serán precedentes y consecuentes a este.

- El Ruido: cualquier sonido no deseado, confuso, que distorsiona el mensaje radiofónico, pues provoca a los radioyentes molestias como: confusión, irritación, incomodidad, entre otros.

Se reafirma la tesis de los autores López (2015), Kaplún (1999), Román (2018), y Malacatus (2023) respecto a que el lenguaje radiofónico debe ser: directo, claro, preciso en consonancia con su entorno, capaz de transmitir a la audiencia no solo un mensaje de voz, sino, que, a través de la música, los efectos sonoros, el ruido y el silencio los oyentes sean capaces de ver, sentir y vivir lo que acontece en su comunidad.

La radio, sus géneros y formatos

En el mundo de la radio, los géneros y los formatos son guías para la producción de los contenidos. Pensar la radio a través de las reglas de los géneros permite contar con una estructura previa dentro de la cual será más fácil organizarse. La palabra género tiene una raíz griega que significa generación y formato del uso latino forma.

Los géneros constituyen campos disciplinadores de un sentido, reglas que trabajan problemas, construyen variables de previsibilidad y recurrencia, capaces de ser reconocidos como tales. Se enfocan en tensiones, discusiones, noción de contexto. Son estilos que se encuentran para ocuparse de contenidos, herramientas de transporte para el sistema de estos. Entonces, hay estrategias, objetivos y códigos de un receptor característico.

Merayo (2014) afirma que a partir de las características generales que construyen una transmisión se definen formatos y géneros radiales. El formato es el modelo preciso para la ejecución de los programas, el género radial está determinado como un modelo específico por el modo de producción del mensaje, o sea, hacia quien va definido, la intención, y el tipo de modelo comunicacional.

Divide los géneros desde tres perspectivas: el modo de producción de los mensajes, la intencionalidad del emisor y la segmentación de los destinatarios (Merayo (2014).

Los géneros pueden clasificarse en:

- según el modo de producción: dramático, periodístico y musical
- según la intención de los productores: informativo, educativo, de entretenimiento, participativo, cultural, religioso, de movilización, social, publicitario
- según la segmentación de los destinatarios: juvenil, femenino, de tercera edad, campesino, urbano y sindical (López, 2015).

Los programas informativos son comunes en la mayoría de las emisoras, bien sea con boletines a cada hora o con informaciones cada cierto tiempo. Lo que está claro es que la información directa sin opinión es un deber de toda radio por lo que parece que este género radiofónico continuará viviendo en las parrillas de programación de las radios durante muchos años.

Los formatos son las diferentes formas de presentar un programa proveniente de cualquier género, pues moldean su

contenido. Son las figuras, los contornos, las estructuras en las que se vierten los contenidos imprecisos.

La Agenda-setting en los medios de comunicación

La Agenda-setting function constituye una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación. En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia.

El medio no decide lo que el público debe pensar u opinar sobre un hecho, aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candilero o en la opinión pública. A este conjunto de contenidos se le denomina: la agenda. Desde el punto de vista de la Teoría de la agenda-setting, el término se acuña en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia.

Las personas no solo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar.

La teoría de la agenda-setting ofrece una explicación de por qué la información sobre ciertos argumentos, y otros no, resulta de interés para el público que vive en democracia; cómo se forma la opinión pública y por qué determinados temas inducen a adoptar acciones políticas mientras otros carecen de la misma iniciativa. El estudio de la agenda-setting es el estudio de los cambios sociales y de la estabilidad social. (Dearing y Rogers, 1996, citados por Rodríguez, 2004).

Por otra parte, los individuos, cuando deciden cómo y por qué utilizan determinados medios, forman parte activa del proceso comunicativo, según sea su contexto y trasfondo individual, actitudes y acciones. Cuando se habla de agenda-setting, la teoría contempla tres tipos de agendas relacionadas en el proceso comunicativo (Rodríguez, 2004):

1. La agenda de los medios
2. La agenda pública
3. La agenda política

Para Muñoz Zúñiga et al. (2016, citado por Tirado Espín et al., 2020), la agenda-setting de medios se relaciona directamente con los medios de comunicación y la información presentada.

Lo anteriormente expuesto evidencia que a través de la agenda de los medios se puede conocer su comportamiento, los temas más tratados, su tendencia, la manera de llegar a la audiencia y su intencionalidad.

A esto se suma que los medios deben crear estrategias y proponer contenidos que se correspondan con una agenda propia, a través de una búsqueda con calidad, selección, jerarquización y la redacción de la información. Por lo que se puede decir que existe transferencia de los temas más destacados de la agenda mediática a la agenda pública.

Si se permite la analogía, identificar, conocer y saber cuál es la agenda mediática en desarrollo es similar al uso del GPS para conocer la ruta que se transita, recibir el feedback (retroalimentación) y a partir de allí efectuar las correcciones del rumbo y nuevas elaboraciones para continuar hacia metas propias. Las agendas de los medios están determinadas por la influencia de las fuentes políticas e institucionales, los periodistas y los intereses del pueblo.

La agenda-setting pública asume como objetivo determinar cuáles son los problemas más importantes o asuntos que la ciudadanía demanda (Rodríguez, 2004; Tirado Espín et al., 2020). Esta idea que concuerda con Vélez (2010, citado por Martínez, 2020), quien afirma que la agenda pública responde a ciertos problemas o cuestionamientos que llaman la atención social, se activan alertas en el gobierno y trasladan a posibles asuntos de política pública.

Las agrupaciones políticas harán lo posible por controlar o, de algún modo, influenciar en la agenda mediática. Este proceso se conoce como agenda building (Tirado Espín, et al., 2020). Van Dijk (1997, citado por Tirado Espín, et al., 2020) advierte que, el poder y la ideología son dos aliados al crear los contenidos de las noticias, los cuales se presentarán a las audiencias.

A partir de las definiciones descritas de las tres agendas, se concluye que los medios de comunicación poseen la capacidad de plantear los temas en la ciudadanía, dan origen a lo que se denominará agenda pública, que a su vez será la fuente de los temas de la agenda política. Estas agendas mantienen estrecha relación y codependencia.

Mediaciones en la construcción del discurso periodístico

Martín Barbero (2008) explica que las mediaciones son “los lugares de donde provienen las contradicciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural” (p.297). De lo que se deduce que la información se adapta de acuerdo a los intereses de quien intervenga en la mediación.

La producción de información es en sí misma una mediación, es decir, una acción que da sentido o forma a la realidad y que moldea y está moldeada a su vez por las prácticas de consumo o recepción.

Según Shoemaker y Reese (1994, citados por Suñol, 2019) la ética y las prácticas profesionales poseen un efecto directo sobre el contenido de los medios masivos, mientras que la consecuencia de las actitudes, valores y creencias personales ejercidas sobre el contenido de los medios masivos es indirecta.

Por otra parte, la mediación individual no actúa de la misma manera en el subcampo periodístico que en el de la producción artística, pues la cultura profesional de ambos no es la misma, a pesar de pertenecer al mismo medio. Sin embargo, su incidencia es decisiva en ambos ya que el individuo siempre alberga una cuota de poder y responsabilidad sobre el producto en el que participa.

Esas rutinas van más allá de sí mismas y se convierten en el contexto más inmediato en que periodistas y realizadores desarrollan su actividad, son respuestas prácticas a las pertinencias para organizar el contenido de los medios.

Los patrones recurrentes del contenido de noticiarios y programas de entretenimiento son resultados, en gran parte, de las prácticas de procedimientos o rutinas. Estos aseguran que el sistema de medios responda de modo predecible y no se pueden violar fácilmente. Forman un conjunto coherente de reglas que, al ser asimilados por el periodista se convierten en parte integral de lo que significa ser un profesional de los medios.

En sentido general, estos procedimientos responden a tres etapas básicas:

- las necesidades informativas de los receptores
- las capacidades productivas del medio
- qué materiales aportan a las fuentes

Los procedimientos, normas o líneas, reguladas o no, que siguen los periodistas al elaborar sus trabajos se han denominado, mediación de los procedimientos. En cuanto a las zonas de articulación o de interfase, Sánchez (2002) considera que son lugares sociales construidos, en los cuales se presume que existe una articulación de dimensiones o niveles, en tanto se trata usualmente de grupos de variables que interactúan de forma compleja para producir mediaciones. Por ejemplo, las mediaciones económicas se referirían a todos aquellos factores económicos que de forma directa o indirecta intervienen y afectan—es decir, median, la producción, diseminación y recepción de mensajes, en el ámbito propiamente económico, pero que pueden asumir otro tipo de determinaciones y consecuencias (a diversos niveles y con diversas temporalidades) en otras dimensiones del todo social.

Sánchez (2002), quien desde una perspectiva radiofónica estudia los procesos de producción de programas de radios comunitarias latinoamericanas, afirma que en el nivel macro se identifican mediaciones histórico-estructurales:

- Las mediaciones de la dimensión económica: diversas formas de articulación de los medios con la economía a todos los niveles y su propio papel en cuanto a entidades económicas.
- Las mediaciones políticas: articulaciones de los medios con las estructuras del poder y su carácter potencial o real de recurso del poder.
- Las mediaciones culturales: no se agotan en que los mensajes sean fundamentalmente productos culturales insertados en procesos sociales de producción de sentido sino también la consideración de los múltiples insumos de la cultura hacia los medios, sus formas de procesamiento en tanto mediaciones expresivas y, finalmente, la compleja interacción de los productos culturales de medios con la cultura entre las que fluyen social e históricamente como propuestas rituales y de sentido.
- Las mediaciones que surgen de los propios medios: se define en este caso: ideología del medio, tecnologías, articulaciones institucionales de estas organizaciones con otras y contexto en que se produce el discurso radiofónico.

Radio comunitaria

Se plantea que los medios de comunicación masivos forman parte de la súper estructura político-ideológica de

la sociedad. En investigaciones previas, Graciano (1980, citado por Martínez, 2020) desarrolló un concepto sobre los medios alternativos como los espacios “para aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertadas en unas praxis transformadoras de la estructura social en tanto a totalidad” (p. 70).

Para Grimberg (1984, citado por Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales,[CLCC], 2009) los medios alternativos son la dimensión comunicacional de prácticas sociales diversas, vinculadas entre sí por su vocación creadora de nuevas formas de relación e intercambio social, como parte de un proceso y actitud para avanzar hacia relaciones sociales participativas, solidarias y una realidad democrática.

Otros medios recorren el territorio y no son fantasmas, son los medios comunitarios que según la tradición, orígenes y pertenencias se conocen también como populares, alternativos, participativos, sociales, cooperativos, sindicales, indígenas y en ocasiones denominados sin fines de lucro, aunque son mucho más que eso.

En el año 2002 los medios comunitarios se harían sentir en el Manifiesto de la libre comunicación, el cual es considerado como un punto visible entre las políticas del estado y las organizaciones de medios comunitarios (Kaplún, 2002). El documento, entre otros aspectos, propone:

1. El desarrollo de las prácticas de comunicación libres y comunitarias basadas en los principios democráticos de la libertad, la igualdad y la participación, que defienden la pluralidad y la diversidad cultural, es esencial para la creación de espacios que apoyen la participación de los ciudadanos en un proceso democrático.
2. No habrá verdadera democracia ni acceso a la información si no se extiende la libertad de crear medios a las comunidades organizadas, en condiciones de igualdad y con un marco legal que favorezca el desarrollo de los mismos.
3. Los medios comunitarios desempeñan un papel fundamental en el refuerzo de los derechos culturales y sociales de las minorías étnicas y de los sectores más empobrecidos de la población.
4. Los contenidos de los medios radioeléctricos masivos están orientados de modo casi exclusivo a promover el consumo, debido a la concentración de intereses comerciales, lo que promueve la alienación y la transculturación en torno al hecho comunicativo y de transformación propias de la comunicación.
5. La expansión continua de las corporaciones transnacionales que se caracteriza, entre otros, por la creación de conglomerados en el sector de los medios y la concentración de la propiedad, amenazan la existencia de medios comunitarios independientes e incluso la pluralidad de cualquier tipo de medio.
6. La información nunca será veraz si no es posible establecer medios en condiciones de igualdad y, especialmente, si no existen las garantías necesarias para que las comunidades organizadas puedan fundar y gestionar sus propios medios.

7. La economía de mercado no es el único modelo para construir la infraestructura de las comunicaciones. La gente se debe considerar como productora y generadora de información y no solo como consumidora. (p. 8)

Los medios comunitarios están destinados a reproducir y representar intereses comunes, la comunidad sirve como referencia para una interpretación compartida. Se podría señalar que uno de los puntos referenciales para el manifiesto de la libre comunicación es la discusión del rol de los medios comunitarios frente a la globalización neoliberal. Aspecto que afianza López (2015) al definir que la radio comunitaria está destinada a promover la participación de los ciudadanos y defender sus intereses.

De acuerdo a la Constitución de la República de Cuba, se plantea que “todas las personas tienen derecho a solicitar y recibir del Estado información veraz, objetiva y oportuna, y a acceder a la que se genere en los órganos del Estado y entidades, conforme a las regulaciones establecidas” (Asamblea Nacional del Poder Popular, [ANPP], 2019, p.41)

El mismo documento establece en su artículo 55: “Los medios fundamentales de comunicación social en cualquiera de sus manifestaciones y soportes son de propiedad socialista de todo el pueblo o de organizaciones políticas, sociales y de masas, y no pueden ser objeto de otro tipo de propiedad” (ANPP, 2019, p.42).

Relacionado con la comunicación comunitaria, el Proyecto de Ley de Comunicación Social en Cuba indica en su Artículo 45.1:

La comunicación social en el ámbito comunitario, tanto en los espacios públicos físicos como en los digitales, se distingue por la actuación protagónica de las personas en las prácticas y procesos comunicativos, y la capacidad de promover la transformación en función del desarrollo humano sostenible sobre la base de intereses comunes. (ANPP, 2023, p. 25)

Asimismo, traza en su artículo 46: “Los procesos de comunicación comunitaria a nivel local afianzan la identidad, los valores, la historia local, las tradiciones, los símbolos y el patrimonio cultural de la comunidad desde una perspectiva emancipadora” (ANPP, 2023, p. 25).

Se reafirma que las radios comunitarias son el espejo del contexto en el que se desarrollan. Abarca aspectos culturales como: el lenguaje, las tradiciones, la música popular y, al mismo tiempo, refleja la cultura hablada, escrita, artística y trata de encontrar soluciones a problemas sociales con el apoyo de la comunidad. La clave de las radios comunitarias radica en la comunicación participativa.

Los medios de comunicación comunitarios se orientan a funcionar como herramienta democratizadora de la sociedad y, en general, comprometidos con la defensa de sus derechos, entre ellos el derecho a pensar y el de expresarse libremente. Estos medios surgen de las comunidades cuando sienten la necesidad de dejar de ser consumidores pasivos de información para convertirse en protagonistas, generadores y portadores de sus culturas. En muchas poblaciones postergadas los medios comunitarios son las

únicas voces con las que se cuenta para demandar mejores condiciones de vida (Reyes, 2017).

En Cuba, las emisoras territoriales poseen un servicio comunitario porque reflejan la historia, costumbres y tradiciones del pueblo y muestran al mundo la verdad de la realidad cubana. Según Reyes (2017) los medios comunitarios son una de las formas de ponerse al servicio de la comunidad y, la inclusión de esta en la creación de contenidos, la convierte tanto en emisora como en receptora.

Estos elementos fortalecen la identidad de las comunidades, el sentido de pertenencia por el territorio en el que habitan y el reconocimiento de sus coterráneos como iguales. Así, en la medida en que los sujetos adquieren sentido de pertenencia por su entorno y se crean lazos de solidaridad entre ellos, se enaltecen también los valores comunitarios y se forja un tejido social sólido, en el que se incluye la educación de ciudadanos capaces de tomar decisiones respecto a los temas de interés común, con conocimiento de la realidad política de su entorno. Los sujetos se transforman en actores y promotores de su propia búsqueda del buen vivir (Reyes, 2017).

Por tanto, la programación en una emisora comunitaria y, sobre todo, los programas informativos ofrecen la oportunidad de formar de manera creativa los valores sociales. Resulta un instrumento de comunicación que defiende los intereses populares y a partir de un diagnóstico propio de la realidad, se convierte en una alternativa en comunicación.

Conclusiones

El discurso radiofónico de los programas informativos de la radio constituye un factor esencial a tener en cuenta pues su análisis, características y adecuación inciden de manera directa en la calidad del producto comunicativo. Resulta fundamental la adecuación del mensaje, al contextualizarlo y estructurarlo, para lograr un objetivo determinado, por lo que el discurso requiere de una forma específica para ser efectivo dentro de su contexto.

La construcción del discurso periodístico, como alternativa de comunicación comunitaria, busca recuperar y rescatar la cultura e idiosincrasia de los pueblos, para convertirlos en actores sociales participativos, protagonistas principales de la difusión informativa porque así, son ellos los voces directos de estos acontecimientos.

Referencias bibliográficas

- Balsebre, A. (2010). *Lenguaje Radiofónico*. Ediciones Cátedra. https://www.academia.edu/33423692/EL_LEN-GUAJE_RADIOF%C3%93NICO Armand Balsebre.
- Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. (2009). *La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías*. Colección Grupos de Trabajo. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20100611122650/sel.pdf>
- Asamblea Nacional del Poder Popular. (2019). *Constitución de la República de Cuba*.

- Asamblea Nacional del Poder Popular. (2023). *Proyecto Ley de Comunicación Social. X Legislatura*. https://www.parlamentocubano.gob.cu/sites/default/files/documento/2023-05/proyecto-ley-de-comunicacion-social_mayo-2023_0.pdf
- Hidalgo Moreno, M. (2019). *Análisis del discurso radiofónico emitido por el programa Trompas de Falopio transmitido por Radio Canela 106.5 en horario 12:00 A 14:00*, [trabajo de grado, Universidad de Quito]. <https://www.ds-space.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/1a667769-d156-43f6-9eb2-ac350e3fea39/content>
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación. El comunicador popular*. Caminos. https://nuevageneracion.seaneternos.ar/wp-content/uploads/2023/03/UnaPedagogiaDeLaComunicacion-Kaplun-kaplun-el-comunicador_popular_0-CAP.1-MODELOS-DE-EDUC.-Y-COM.-1.pdf
- López Vigil, J. I. (2015). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Pablo de la Torre. https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgente-Radialistas.pdf
- Malacatus Jirón, D. M. (2023). *Podcast sexualidad en tu propia voz: Análisis de estructura y discurso durante el periodo febrero-mayo 2022*, [trabajo de grado, Universidad Nacional de Loja]. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/28603>
- Martín Barbero, J. (2008). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili, S.A. https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comunicacionyrecepcion/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
- Martínez Martínez, L. (2020). Agenda-setting e inmigración, análisis crítico del discurso y frecuencia en los medios: Estudio descriptivo de investigaciones en revistas científicas desde 2015 a 2020. *RISTI*, (E35), 289-301. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9092216>
- Méndez Torres, V. (2017). Algunas consideraciones teóricas sobre la función de la radio en la promoción de salud. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, 33(2). <https://revmgi.sld.cu/index.php/mgi/article/view/287/142>
- Merayo Pérez, A. (2014). Medios de comunicación. *Nivaria theologica*, (19). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4794113>
- Reyes, M. (2017). Radio comunitaria en Guantánamo: el poder del éter y sus antecedentes. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (2). <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/02/radio.html>
- Rodríguez Díaz, R. (2004). Teoría de la agenda-setting: aplicación a la enseñanza universitaria. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales. 84-609-2460(2). <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/2297>
- Rodríguez, C. (2012). *Lo Comunitario en la Radio Comunitaria: Análisis Crítico del Discurso en el Lenguaje Informativo utilizado por Emisoras Comunitarias*, [tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/11350>
- Román Suárez, A. J. (2018). *La fluidez del léxico verbal en los locutores de noticias en radio, y su incidencia en los radioescucha del cantón Quevedo año 2017*, [tesis de grado, Universidad de Guayaquil]. <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/c973c309-96d5-4eb0-afd0-7105887c2d12/content>
- Sánchez Ruiz, E. E. (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda. *Diálogos de la Comunicación*, (64). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2372029>
- Suñol Robles, J. A. (2019). La contra(señas) del usuario: influencia de los comentarios de los usuarios en la construcción de la agenda mediática del sitio web www.cubadebate.cu. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 8(20). <http://scielo.sld.cu/pdf/ralc/v8n20/2411-9970-ralc-8-20-29.pdf>
- Tirado Espín, A., Cuesta, U., Martínez Martínez, L., y Almeida Galárraga. (2020). Agenda-setting e inmigración: análisis crítico del discurso y frecuencia en los medios: Estudio descriptivo de investigaciones en revistas científicas desde 2015 a 2020. *RISTI: Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (35). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9092216>

Utilización del marketing digital para el desarrollo turístico en los Cantones Tulcán y Mira

Use of digital marketing for tourism development in the Cantons Tulcán and Mira

Oswaldo Xavier Torres Merlo¹

E-mail: ui.oswaldotorres@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1729-0326>

Mireya Silvana Cuarán Guerrero¹

E-mail: ui.mireyacuaran@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4724-3849>

Sary del Rocío Álvarez Hernández¹

E-mail: ui.saryalvarez@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9663-4582>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Ibarra. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Torres Merlo, O. X., Cuarán Guerrero, M. S., Álvarez Hernández, S. d. R. (2024). Utilización del marketing digital para el desarrollo turístico en los Cantones Tulcán y Mira. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 51-58. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La digitalización de la sociedad permite acercar a los turistas nacionales y foráneos a los lugares de interés para su disfrute a través del marketing digital. Esta vía de comercialización es un instrumento con un valioso nivel de promoción. En la provincia de Carchi en Ecuador, dos cantones resaltan por sus riquezas naturales y culturales, Tulcán y Mira, ideales para el desarrollo del turismo. El objetivo de este trabajo fue diagnosticar el uso del marketing digital para el desarrollo del turismo en ambos cantones. La metodología empleada fue la cualitativa; fueron utilizadas la observación, la entrevista y la encuesta. Los representantes de las áreas de turismo fueron entrevistados y encuestados 190 personas activas económicamente de ambos cantones. Se pudo evidenciar que el manejo del marketing digital para el sector turístico es deficiente y no contribuye a la competitividad del sector.

Palabras clave:

Sector turístico, Carchi, Marketing digital, Promoción digital.

ABSTRACT

The digitalization of society makes it possible to bring national and foreign tourists closer to places of interest for their enjoyment through digital marketing. This marketing channel is an instrument with a valuable level of promotion. In the province of Carchi in Ecuador, two cantons stand out for their natural and cultural riches, Tulcán and Mira, ideal for the development of tourism. The objective of this work was to diagnose the use of digital marketing for the development of tourism in both cantons. The methodology used was qualitative; Observation, interview and survey were used. Representatives of the tourism areas were interviewed and 190 economically active people from both cantons were surveyed. It was evident that the management of digital marketing for the tourism sector is deficient and does not contribute to the competitiveness of the sector.

Keywords:

Tourism sector, Carchi, Digital marketing, Digital advertising

Introducción

En el desarrollo del mundo empresarial el marketing revolucionó las ventas de las empresas. El marketing es un área multifacética que parte del entendimiento de las necesidades y deseos de las personas para poder ofrecerles productos y servicios, así como también para construir relaciones duraderas con los clientes. En esencia, se trata de entender a la audiencia y entregarles valor de una manera que sea relevante y significativa para ellos.

Para el éxito de cualquier negocio el marketing es una herramienta esencial, es una forma de comunicarse con el público objetivo, es una parte integral de la empresa y se ha convertido cada vez más en un eje importante de la estrategia de comercialización de estas. Esto se debe a que el marketing es una forma de comunicar y promover los productos/servicios a través de herramientas publicitarias, además que también puede ayudar a una empresa a construir una marca y una presencia en el mercado (Rodríguez et. al., 2020).

Diversos investigadores han dado sus criterios sobre lo que representa el marketing para ellos:

- Es una forma de comunicación entre una empresa y sus clientes. Se encarga de identificar las necesidades y deseos de los consumidores, crear productos y servicios que satisfagan esas necesidades a través de la publicidad, el marketing directo, el marketing digital y otros canales (Zamarreño, 2020).
- Se encarga de promover y vender productos y servicios a los consumidores, a la vez que permite aumentar las ventas, mejorar la imagen de marca y aumentar la lealtad de los clientes al entenderlos mejor y a desarrollar productos/servicios que satisfagan sus necesidades (Figueroa et. al., 2020).
- Es una forma eficaz de llegar a los clientes, ayuda a las empresas a crear campañas publicitarias para llegar a los consumidores de manera efectiva, también ayuda a crear contenido de calidad que atraiga a los consumidores y los motive a comprar los productos y servicios (Gómez et. al., 2020).

El marketing tiene diversas formas de ejecución entre las que se destaca el marketing digital. Esta vía de gestión se ha vuelto cada vez más popular en los últimos años. Se centra en el uso de la tecnología para promover los productos y servicios de una empresa, esto incluye el uso de las redes sociales, el marketing de contenido, el marketing de búsqueda y el marketing de correo electrónico, entre otras herramientas (Hoyos y Sastoque, 2020).

La digitalización de la sociedad ha permitido que este tipo de marketing sea una herramienta cada vez más importante para las empresas, ya que buscan llegar a una audiencia más amplia, se ha convertido en una parte esencial de la estrategia de muchas empresas, ya que ofrece una forma eficaz de llegar a una mayor cantidad de potenciales clientes (Solé y Campos, 2020). Incluye el uso de plataformas de redes sociales para promocionar productos y servicios, permiten a los usuarios compartir contenido con sus amigos y seguidores, esto significa que una empresa

puede llegar a una audiencia mucho más grande que con la publicidad tradicional (Benedetti, 2020).

Es necesario señalar que el marketing digital también entraña el uso de contenido de calidad para agrandar a los compradores, con la utilización de productos, representaciones y otros elementos de interés que puedan ayudar a los negocios y fortalecer la relación con los clientes. El marketing digital también incluye el uso de herramientas de análisis para medir el rendimiento de las campañas de marketing, y permiten a las empresas medir el éxito de sus campañas y ajustar sus estrategias para obtener mejores resultados, lo que significa que las empresas pueden asegurarse de que están obteniendo el máximo rendimiento de sus esfuerzos de marketing (Troja et. al., 2019).

Diversos sectores de la economía utilizan esa forma de gestión empresarial para aumentar sus beneficios y visibilidad. El marketing y el turismo son dos sectores que están estrechamente relacionados. El marketing es una herramienta clave para promover el turismo, ya que ayuda a los destinos turísticos a atraer a los visitantes. El marketing turístico se centra en la promoción de destinos turísticos, atrayendo a los turistas a visitar un lugar en particular, esto se logra a través de la publicidad, el uso de medios de comunicación, la creación de contenido en línea y la promoción de eventos (Pérez et. al., 2021).

Esta vía de comercialización juega un papel importante en el turismo, ya que ayuda a promover lugares turísticos, atraer a nuevos turistas y fomentar el crecimiento social y económico de las comunidades. Es una parte importante de la industria turística, ya que ayuda a los destinos turísticos a destacarse entre la competencia. El marketing turístico se centra en la creación de una imagen positiva para el destino turístico al mejorar su imagen y aumentar su visibilidad, atrayendo la atención de los turistas y el interés de visitarlos, además, ayuda a los turistas a tener una mejor experiencia de viaje (Idrovo et. al., 2019).

En el Ecuador, el turismo es una de las principales fuentes de ingreso, ya que posee las condiciones naturales y humanas para su realización. Desde sus impresionantes paisajes naturales hasta su rica herencia cultural, el país ofrece una amplia gama de experiencias para los viajeros. Entre los principales atractivos turísticos se encuentran:

- Las Islas Galápagos, es un paraíso para la observación de vida silvestre, con especies únicas que no se encuentran en ninguna otra parte del mundo.
- La región de la Sierra ecuatoriana, con ciudades como Quito y Cuenca, ofrece una combinación de historia, arquitectura colonial y paisajes montañosos impresionantes. Quito, la capital, es conocida por su centro histórico bien conservado, que es uno de los más grandes y mejor preservados de América Latina y ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- La selva amazónica ecuatoriana es el hogar de una increíble diversidad de flora y fauna. Los viajeros pueden embarcarse en excursiones para observar aves exóticas, descubrir plantas medicinales y aprender de las culturas indígenas que han habitado la región durante siglos.

- La región costera de Ecuador ofrece hermosas playas, ideales para relajarse, practicar deportes acuáticos y disfrutar de deliciosa comida marina. Lugares como Montañita y Puerto López son destinos populares para surfear y observar ballenas, respectivamente.

Ecuador es conocido por su rica artesanía, que incluye textiles coloridos, cerámica, joyería y más. Los mercados indígenas, como el mercado de Otavalo, ofrecen una gran variedad de productos hechos a mano que reflejan la diversidad cultural del país. Es un paraíso para actividades al aire libre, como el senderismo, la escalada, el rafting y la observación de aves.

La provincia de Carchi en Ecuador está situada en el extremo norte de la Sierra ecuatoriana, ofrece una combinación única de belleza natural, historia y cultura. Carchi es conocido por sus paisajes impresionantes. La provincia alberga el Parque Nacional El Ángel, un área protegida que es hogar de los famosos “frailejones”, una planta única de la región andina. Estos paisajes de páramo ofrecen oportunidades inigualables para practicar senderismo y observar la fauna y flora de la región.

En la ciudad de Tulcán, la capital de la provincia, se encuentran riquezas arquitectónicas como el Cementerio Municipal de Tulcán, famoso por sus impresionantes esculturas de cipreses. Este lugar es un testimonio único del arte funerario y atrae a visitantes de todo el país. La provincia de Carchi alberga una rica diversidad cultural, reflejada en sus festivales, música y artesanías. La Fiesta de la Fruta y de las Flores es un evento destacado en el que se celebran desfiles, concursos, música y danzas que muestran la identidad y tradiciones de la región. La cocina de Carchi es otra razón para visitar la provincia. Aquí podrás disfrutar de platos típicos como la fritada, la torta de maíz, los tamales de chocho, el queso de hoja y las deliciosas variedades de helado artesanal. En Carchi también hay oportunidades para aprender sobre las comunidades indígenas, como la etnia Karanki, que conserva sus tradiciones, artesanías y formas de vida ancestrales.

En la provincia de Carchi con excelentes destinos naturales e históricos que la convierten en foco de interés para el turismo, en especial en los cantones Tulcán y Mira, se realiza la presente investigación. Por lo que, el objetivo principal de este trabajo es diagnosticar el uso del marketing digital para el desarrollo del turismo en los cantones Tulcán y Mira, de la provincia de Carchi. Para ello fue necesario realizar entrevistas a representantes de las áreas de turismo de ambos cantones sobre las ventajas, desventajas e importancia del turismo para esos territorios.

Materiales y métodos

La presente investigación se enmarcó, dentro de una metodología cualitativa. Se utilizaron los métodos exploratorio y descriptivo con la finalidad de identificar las mejores estrategias de marketing para la difusión de los atractivos culturales y turísticos de la provincia del Carchi. Se empleó el método analítico-sintético, para considerar los aportes teóricos de diversos autores. Adicionalmente se utilizó el método sistémico para tener una visión integral de la problemática de la zona de influencia, así como también en la

interpretación y análisis de los instrumentos de investigación utilizados.

Como técnicas se emplearon: la observación, que permitió conocer la realidad de los atractivos para identificar la estrategia de marketing más adecuada para su difusión. Además, se aplicaron encuestas a la población económicamente activa de estos cantones para obtener información necesaria sobre las estrategias de marketing que se debería utilizar y que les motivaría a visitar estos atractivos. También se aplicó una entrevista a representantes de las municipalidades del área de turismo para conocer las acciones realizadas y sus expectativas futuras.

La población objeto de estudio estuvo constituida por la población económicamente activa de los cantones Tulcán y Mira, ya que son las zonas donde se ubican la mayor cantidad de atractivos culturales y turísticos de la provincia. En los cantones 190 personas dieron su consentimiento para participar en el estudio, a los cuales fue posible aplicar la encuesta. Todos los datos recabados en la investigación fueron procesados a través de la estadística descriptiva para su posterior análisis, interpretación y presentación de los resultados.

Resultados-discusión

¿Cómo el marketing digital está transformando el turismo?

A nivel mundial la pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto devastador en el sector turístico, causando una baja en los ingresos de los destinos turísticos. Las restricciones de viaje, el cierre de fronteras, las cuarentenas obligatorias y la preocupación por la salud pública han llevado a una disminución significativa en el número de turistas que viajan por placer, negocios o cualquier otro propósito. Además, en la pérdida de empleo en los hoteles, agencias turísticas, de viajes y otras empresas relacionadas con el turismo. Los países, ciudades y comunidades que dependen del turismo como fuente de ingresos han sido los más afectados, ya que el turismo es la principal vía de obtención de beneficios para estos, y la pandemia ha generado una crisis significativa con grandes pérdidas económicas para este sector (Castello, 2020).

El nuevo coronavirus ha provocado una disminución en el número de empleos relacionados con el turismo, ya que muchas empresas turísticas han tenido que cerrar sus puertas debido a la disminución en el número de turistas. Además, la pandemia ha restringido el número de inversiones en el sector turístico debido a que muchos inversionistas decidieron retirarse debido a la incertidumbre económica provocada por la pandemia (Medina et. al., 2021).

El turismo post pandemia se enfrenta a una nueva realidad, la pandemia de COVID-19 ha cambiado el panorama del turismo, y los viajeros ahora tienen que adaptarse a una nueva normalidad. Esto significa que los destinos turísticos tienen que implementar nuevas medidas para garantizar la seguridad y generar en los viajeros el interés de visitarlos. Estas medidas incluyen ofrecer experiencias únicas y seguras, actividades al aire libre, como senderismo, ciclismo y kayak, así como experiencias culturales, como visitas a museos y galerías (Oviedo y Olivo, 2021).

Los destinos turísticos también tendrán que asegurarse de que los viajeros se sientan seguros al viajar. Los destinos tendrán que ofrecer una amplia gama de opciones de alojamiento seguro, como hoteles, albergues y casas de vacaciones; así como también ofrecer una amplia gama de opciones de entretenimiento, como restaurantes, bares, discotecas y otros lugares de distracción (Bauzá et. al., 2020).

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto devastador en el sector turístico, pero se espera una recuperación gradual a medida que se implementen estrategias para garantizar la seguridad de los viajeros y se restablezca la confianza en los viajes. Mientras tanto, es fundamental que el sector turístico continúe adaptándose a la nueva realidad y buscando oportunidades para innovar y reconstruir de manera sostenible. El marketing digital desempeña un rol fundamental en esta nueva etapa.

El uso de las tecnologías y el marketing digital contribuyen significativamente en la recuperación de este sector de la economía. Los viajeros ahora tienen acceso a una gran cantidad de información y recursos que antes no estaban disponibles, esto ha cambiado la forma en que los viajeros planifican y reservan sus viajes, y ha creado una nueva oportunidad para que las empresas de turismo se destaquen (Haro, 2021).

El marketing digital es un instrumento clave para las empresas de turismo que desean aprovechar esta oportunidad. El marketing digital les permite a las empresas llegar a una audiencia más amplia, interactuar con los viajeros de manera más eficaz y ofrecer una experiencia de viaje más personalizada (Chiriguaya y Baquerizo, 2021).

Una de las principales formas en que el marketing digital está transformando el turismo es a través de la publicidad en línea. Los sectores turísticos ahora pueden llegar a una clientela más amplia, a través de plataformas como Google Ads, Facebook Ads y otras plataformas de publicidad en línea, permitiéndoles llegar a los viajeros en el momento adecuado con el mensaje adecuado. Otra forma en que el marketing digital está transformando el turismo es a través de la creación de contenido como guías de viaje, reseñas de hoteles, consejos de viaje y mucho más, para atraer a los viajeros y ayudarles a tomar decisiones de viaje más informada personalizada y relevante. Esto ayuda a los destinos turísticos a ofrecer una experiencia de viaje única y memorable a los turistas, lo que se transformará en ganancias económicas para los lugares y empresas que lo sepan aplicar y sacar el máximo de los provechos (Membiola y Pedreira, 2019).

Turismo en cantones, Tulcán y Mira

En este acápite se analiza la información obtenida de los representantes de las áreas de turismo y de la población económicamente activa de ambos cantones, Tulcán y Mira, aportando excelentes criterios para el análisis. De la entrevista realizada a los representantes municipales de las áreas de turismo de los cantones objeto de estudio se pudo conocer que para ellos el turismo es una actividad productiva que contribuye al desarrollo de las comunidades. Estas personas señalan como importantes varios factores

integradores como la sostenibilidad, los medioambientales, los económicos, los sociales y los culturales. Por lo cual la implementación de estrategias bien estructuradas en las zonas turísticas no solo beneficia a sus habitantes, sino que también a toda la comunidad, a todo el cantón. Entre los elementos que es importante destacar señalan que:

- la riqueza que existe en un pueblo son bases de identidad y desarrollo, pero lamentablemente han sido desaprovechadas e incluso desvalorizadas;
- plantear estrategias adecuadas de difusión y atracción de visitantes, permitirá resguardar la cultura, tradiciones y costumbres de los diferentes sectores;
- permitirá a sus habitantes obtener recursos económicos al potencializar el turismo local.

Adicionalmente, manifiestan que aplicar estrategias de marketing tradicional y marketing digital ayudará a desarrollar el turismo comunitario. En esta modalidad de turismo los primeros beneficiados son sus habitantes y posteriormente los turistas, ya que sus recursos naturales, costumbres y tradiciones son atractivos suficientes para satisfacer las necesidades de quienes las visiten. Los habitantes de las comunidades deben sentirse empoderados con sus recursos naturales y culturales, deben tener pleno conocimiento de las riquezas que poseen y que su cuidado y conservación permitirá realizar.

También es bueno señalar que existen dificultades. Entre los principales problemas que tiene este sector es el desconocimiento de la riqueza cultural y tradicional existente en la provincia, pero más aún, el desconocimiento de la importancia que tiene la tecnología como medio de difusión y promoción para llegar de manera masiva al mundo, y dar a conocer el gran potencial turístico y cultural que se posee, para de esta manera disminuir el nivel de desconocimiento de los atractivos que se posee tanto en propios como extraños. Lo anteriormente expresado se resume en la Figura 1.

Fig 1: Resultados de la entrevista realizada a los representantes de las áreas de turismo de los cantones



Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

Finalmente, supieron manifestar que en la actualidad están trabajando en proyectos para el desarrollo del turismo en la provincia. Entre ellos se encuentra:

1. Desarrollar capacitaciones sobre turismo local, comunitario y cultural, para que toda la población puede convertirse en un potencial guía turístico;
2. Creación de una agenda cultural digital, la cual pretende dar a conocer mundialmente todos los lugares turísticos y culturales de la provincia, y así los visitantes tengan a la mano material de información necesaria sobre la provincia;
3. Utilización del marketing digital como redes sociales, blogs, entre otras, para que sus ciudadanos puedan compartir y dar a conocer los atractivos y culturales que hay en la provincia.

Los resultados obtenidos a través de la investigación llevada a cabo mediante encuestas en los cantones Tulcán y Mira, dirigidas a un total de 190 individuos, arrojaron conclusiones significativas. Se evidencia que algunos destinos turísticos han incursionado en el uso del marketing digital, si bien su aplicación se limita a un nivel básico e inadecuado, lo cual obstaculiza la consecución de los resultados esperados. Esta limitación en la implementación del marketing digital se traduce en un bajo rendimiento en términos de impacto y alcance en la promoción de los atractivos turísticos locales.

Resulta esencial subrayar que el 72% de los participantes en la encuesta afirmaron la existencia de atractivos culturales y turísticos tanto en sus ciudades como en áreas adyacentes. Sin embargo, este reconocimiento se acompaña de una observación reveladora: aunque algunos de estos lugares son conocidos y frecuentados tanto por residentes como por visitantes extranjeros, existen también numerosos sitios de interés que reciben escasa afluencia de visitantes debido a su desconocimiento generalizado (Ver Figura 2). Sorprendentemente, estos espacios menos conocidos albergan un potencial turístico considerable, lo que sugiere una brecha significativa entre el potencial de estos lugares y su nivel de reconocimiento y visita.

Este hallazgo pone de manifiesto una oportunidad estratégica para potenciar el turismo local a través de una mejora en la difusión y promoción de estos lugares menos conocidos pero con un valor turístico considerable. El uso más efectivo y avanzado del marketing digital podría ser una herramienta clave para cerrar esta brecha, permitiendo que estos destinos menos reconocidos obtengan la visibilidad y la atención que merecen, lo que, a su vez, contribuiría al desarrollo económico y turístico de la región en su conjunto.

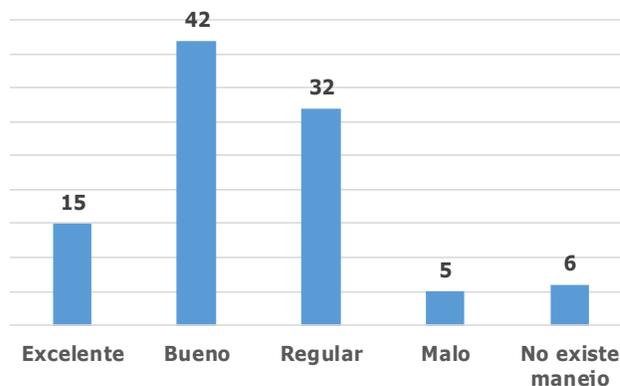
Fig 2: Conocimiento de lugares culturales y turísticos (%)



Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

En la Figura 3 se puede observar la opinión de los encuestados con respecto al manejo de los atractivos turísticos y culturales de ambos cantones. El 57% de los encuestados considera que es positivo el manejo de dichos atractivos, el 15% considera que es excelente y el 42% que es bueno. Es necesario trabajar con la población para saber por qué consideran que es regular y malo el manejo de los atractivos, y en especial lo que consideran que no existe manejo. La población de los cantones son los principales activistas que deben sentir y conocer si se realiza un manejo eficiente de los atractivos, para que sean capaces de promocionar sus encantos a los visitantes.

Fig 3: Estado del manejo de los atractivos culturales y turísticos (%)



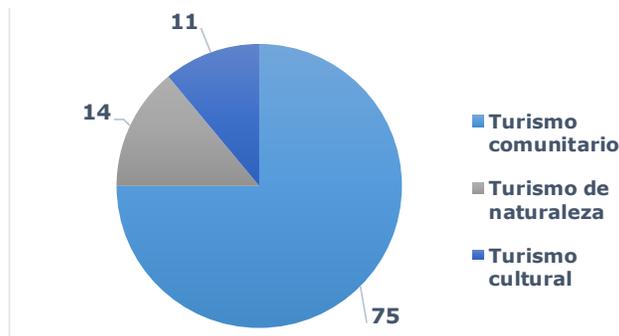
Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

A pesar de la percepción mayoritaria que afirma un buen manejo de los atractivos existentes, es notable que el 55% de los encuestados no visualiza la actividad cultural como un atractivo potencial. Esta opinión se sustenta en la creencia generalizada de que el turismo comunitario debería ser el foco principal de la promoción, evidenciado por un contundente 75% de aceptación entre los participantes.

Por otro lado, el turismo natural figura en un segundo lugar con un 14% de preferencia, mientras que únicamente un 11% considera prioritario el turismo cultural, como refleja la Figura 4. Este análisis revela una inclinación clara hacia la promoción del turismo comunitario, posiblemente influenciada por el hecho de que el 70% de la población se dedica a actividades agrícolas y ganaderas, lo que sugiere una conexión directa entre las preferencias turísticas y las ocupaciones predominantes de la región.

Es notable cómo las opiniones expresadas por la población encuestada están en consonancia con las ideas planteadas por los representantes de las áreas de turismo de los cantones. Esta coincidencia subraya la coherencia entre la percepción general y las perspectivas profesionales de aquellos directamente involucrados en la gestión y promoción del turismo local. Esta alineación de puntos de vista respalda la importancia estratégica de enfocar los esfuerzos de promoción en el turismo comunitario, indicando una conciencia y entendimiento compartido sobre las prioridades y fortalezas del sector turístico dentro de la región.

Fig 4: Objetivo de promoción según modalidad turística (%)

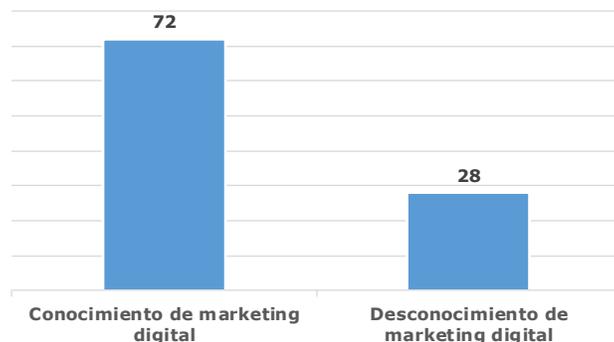


Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

La Figura 5 revela un dato significativo: la mayoría de los encuestados demuestran un sólido entendimiento sobre el concepto del marketing digital. Este nivel de conocimiento es un indicador clave que resalta la conciencia que tiene la población encuestada acerca de las estrategias y herramientas digitales destinadas a la promoción. Esta comprensión se ve respaldada por la afirmación unánime de los participantes, quienes expresaron un total acuerdo con la necesidad e importancia de implementar estrategias de marketing digital para difundir los atractivos turísticos y culturales de la provincia.

El hecho de que los encuestados no solo estén familiarizados con el término del marketing digital, sino que además estén plenamente a favor de su aplicación en la promoción turística, enfatiza la percepción positiva y la confianza depositada en estas técnicas como medios efectivos para potenciar el atractivo y la visibilidad de los destinos turísticos locales. Esta actitud favorable hacia la implementación de estrategias digitales subraya el reconocimiento de su impacto positivo en la difusión y promoción de los encantos culturales y turísticos de la región.

Fig 5: Conocimiento sobre marketing digital (%)



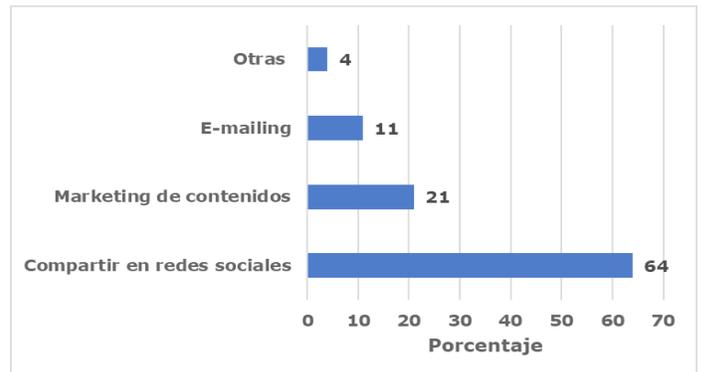
Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

Además, los participantes en las encuestas expresaron un marcado interés en involucrarse activamente en la promoción y difusión de estos atractivos. Este entusiasmo por colaborar se refleja claramente en la Figura 6, donde se ilustra que las redes sociales ocupan un lugar preponderante como la herramienta principal para llevar a cabo esta tarea. La elección de las redes sociales como canal de difusión responde a su capacidad incomparable para alcanzar una

audiencia amplia y diversa de posibles usuarios interesados en descubrir estos lugares de interés turístico.

La disposición de los encuestados para participar activamente en la promoción y difusión resalta la importancia que le otorgan a estas actividades, reconociendo el poder de las redes sociales como un medio efectivo para llegar a un gran número de personas. Esto, a su vez, subraya la relevancia y el potencial que tienen estas plataformas digitales para aumentar la visibilidad y el atractivo de los destinos turísticos.

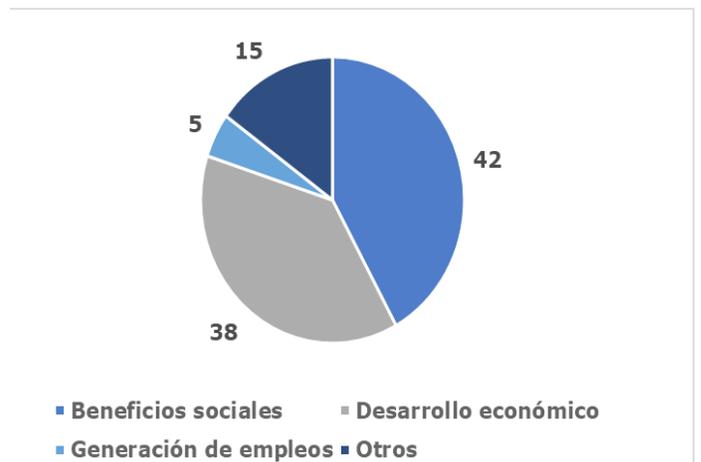
Fig 6: Estrategias de marketing a seguir (%)



Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

Es por ello, la importancia de manejar la web, no solo como medio de comunicación social sino como un instrumento de publicidad viral, el cual tiene el poder de alcanzar y mostrar la calidad de los destinos turísticos para quienes están interesados en viajar a experimentar de una nueva cultura y tradición, ya que hoy en día casi todas las personas manejan redes sociales, sea cual fuera el fin de ello; por lo que, el 89% de los encuestados consideran que la implementación de estas estrategias traerá beneficios como la generación de empleo, desarrollo económico y social para la provincia (Ver Figura 7).

Fig 7: Razones para implementar el marketing digital (%)



Fuente: elaboración propia a partir del instrumento aplicado

Evidentemente, la gestión del marketing digital en la promoción de los encantos turísticos adolece de deficiencias notables, resultando en una falta de contribución a la competitividad de este sector crucial. Es innegable que el

marketing digital representa un recurso de vital importancia para difundir y resaltar los atractivos de la provincia a niveles local, nacional e internacional. Esta estrategia promocional no solo posibilita alcanzar una audiencia más extensa y diversa, sino que también impulsa el interés hacia estos lugares, fomentando la apreciación de su rica cultura.

Según estudiosos como Mera et al. (2022), nos hallamos inmersos en una era de digitalización donde tanto las entidades públicas como las privadas han encontrado en el marketing digital un nuevo y poderoso medio para conectar con sus públicos objetivos. Este enfoque no se limita únicamente a la difusión, sino que se compone de una amalgama de técnicas y estrategias aplicadas en el ámbito digital para atraer, cautivar y fidelizar a los clientes. En sintonía con estos planteamientos, los hallazgos de esta investigación subrayan que la implementación del marketing digital posee el potencial de fortalecer el turismo local al atraer una mayor afluencia de visitantes.

En la actualidad, la mayoría de la población mundial está inmersa en el uso de internet, lo cual implica que existe un vasto número de individuos que pueden ser alcanzados a través de los diversos canales digitales disponibles (Abrego y Mujica, 2022). Asimismo, el marketing digital ofrece la capacidad de dirigirse a audiencias específicas mediante la segmentación, enfocando los esfuerzos de comunicación hacia personas con intereses y necesidades particulares, lo que, en consecuencia, incrementa la eficacia de las estrategias publicitarias.

Es por ello por lo que los representantes de los distintos cantones de esta provincia han orientado sus acciones hacia este tipo de estrategias de comercialización, comunicación y difusión para dar a conocer sus atractivos turísticos y culturales. La investigación realizada proyecta el marketing digital como un recurso cada vez más crucial en la industria turística.

Esto permite a las empresas dentro de este ámbito promocionar sus servicios, su gastronomía y sus encantos en línea, alcanzando a una audiencia más diversa y extensa. Los resultados presentados guardan similitud con los de Fernández et al. (2022), quienes sostienen que estrategias de marketing digital como la presencia activa en redes sociales, la publicidad en línea, el email marketing, entre otras herramientas, resultan sumamente beneficiosas en el ámbito turístico, al crear comunidades virtuales para compartir contenido relevante y promover los servicios disponibles.

Conclusiones

El turismo es una fuente de empleo, desarrollo económico y social para las comunidades, ciudades y países, por lo que fortalecer esta actividad es trabajo no solo de los gobernantes de turno, sino también de todos los habitantes, quienes deben preocuparse por mantener y cuidar los atractivos turísticos, difundir las tradiciones culturales y apoyar en la promoción de estos.

El marketing es una herramienta esencial para el éxito de cualquier negocio, ayuda a las empresas a aumentar sus ventas, mejorar su imagen de marca y aumentar la lealtad de los clientes, ayuda a las empresas a entender mejor a sus clientes y a desarrollar productos y servicios que

satisfagan sus necesidades, por lo tanto, es importante que las empresas inviertan en marketing para asegurar el éxito de su negocio. El marketing digital es cada vez más importante para las empresas que buscan llegar a una audiencia más amplia, en forma eficaz y con los mejores resultados, esto incluye el uso de plataformas de redes sociales, contenido de calidad y herramientas de análisis para medir el rendimiento de las estrategias de marketing aplicadas.

En los cantones de Tulcán y Mira, de la provincia de Carchi en el Ecuador, debe fomentarse el empleo del marketing digital para el desarrollo del Turismo en la provincia. Esto potenciaría tanto el desarrollo económico y social de sus habitantes, proporcionaría empleos y obtención de beneficios económicos para los habitantes de los cantones y de la propia comunidad. Con los proyectos a desarrollar con los representantes de las áreas de turismo de dichas municipalidades, se logrará que mayor cantidad de personas, tanto nacionales como foráneos se interesen en visitar la provincia y sus atractivos. Para ello es imprescindible el marketing digital que acerca a los viajeros al atractivo de interés turístico.

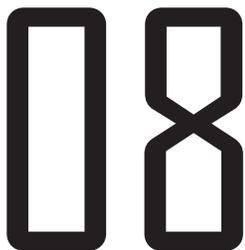
El marketing digital ha simplificado el proceso de reserva y acceso a la información para los viajeros. A través de sitios web, aplicaciones móviles y plataformas de reserva en línea, los viajeros pueden buscar, comparar y reservar alojamiento, transportes, actividades y paquetes turísticos con facilidad y comodidad. No se limita únicamente al momento de la reserva, sino que también desempeña un papel en la fidelización y participación de los clientes. A través del uso de boletines informativos, programas de fidelización, contenido exclusivo y redes sociales, las empresas turísticas pueden mantenerse en contacto con sus clientes, crear comunidades y fomentar la participación continua.

En resumen, el marketing digital es esencial para el sector turístico ya que aumenta la visibilidad, influye en las decisiones de viaje, permite la personalización, simplifica la reserva, y ayuda en la fidelización de clientes. Esta sinergia entre la tecnología y la industria del turismo ha redefinido por completo la forma en que las empresas y destinos turísticos se promocionan y conectan con los viajeros.

Referencias bibliográficas

- Abrego, A. A., y Mujica, N. (2022). Estrategias de marketing digital y de e-commerce para potenciar las ventajas competitivas en los entornos virtuales de las empresas de servicios de la ciudad de Panamá en tiempos de COVID-19. *Revista FAECO sapiens*, 5(1), 42-70.
- Bauzá, F., Melgosa, F., Rondón, L. M., Troitiño, L., y Mulet, C. (2020). *Turismo post Covid-19: el turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación*. Universidad de Salamanca. Ediciones Universidad de Salamanca. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=788296>
- Benedetti, A. (2020). *Marketing en Redes Sociales. Detrás de escena: la primera obra integral sobre Social Media Marketing de Hispanoamérica*. Editorial Temas.

- Castello, V. (2020). Desafíos y oportunidades para el turismo en el marco de la pandemia COVID-19. *Cuadernos de política exterior argentina*, 131, 115-118.
- Chiriguaya, M., y Baquerizo, V. (2021). Diseño de un plan de marketing digital para promover el turismo en el cantón Samborondón, en el año 2020. *RES NON VERBA Revista científica*, 11(1), 125-139.
- Fernández, N., Pérez, E., Medina, J., Coronado, K., y Ferial, F. (2022). Gestión del marketing digital en organizaciones turísticas. *Visión de futuro*, 26(2), 188-210.
- Figuroa, M., Toala, S., y Quiñones, M. (2020). El Marketing Mix y su incidencia en el posicionamiento comercial de las Pymes. *Polo del Conocimiento. Revista científico-profesional*, 5(12), 309-324.
- Gómez, L., Arrubla, J., Aristizábal, J., y Restrepo, M. J. (2020). Análisis de las estrategias de marketing relacional en instituciones de educación superior de Colombia y España. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 343-359.
- Haro, A. (2021). El marketing digital: un medio de digitalización de las pymes en Ecuador en tiempos de pandemia. *Investigación y Desarrollo*, 14(1), 121-133.
- Hoyos Estrada, S., y Sastoque Gómez, J. (2020). Marketing Digital como oportunidad de digitalización de las PYMES en Colombia en tiempo del Covid-19. *Revista Científica Anfibios*, 3(1), 39-46.
- Idrovo, E., Luna, K., Ordoñez, J., y Lituma, M. (2019). Marketing estratégico turístico para la Provincia del Azuay-Ecuador. *Visionario Digital*, 3(2), 191-212.
- Medina, Z., Plaza, N., y Loor, L. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 265-277.
- Membriela, M., y Pedreira, N. (2019). Herramientas de Marketing digital y competencia: Una aproximación al estado de la cuestión. *Atlantic Review of Economics: Revista Atlántica de Economía*, 2(3), 1-22.
- Mera, C., Cedeño, C., Mendoza, V., y Moreira, J. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Revista Espacios*, 43(3), 27-34.
- Solé Moro, M. S., y Campo Fernández, J. (2020). *Marketing digital y dirección de e-commerce: integración de las estrategias digitales*. Editorial ESIC.
- Oviedo, M., y Olivo, F. (2021). Tendencias del turismo post covid-19. Una reflexión para Ecuador. En, V. Llugsha, *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el covid-19*, (pp.37-61). Ediciones Abya Yala.
- Pérez, Á., Castro, L., y Andrade, J. (2021). Marketing y turismo sostenible en el geoparque Imbabura, Ecuador. *ECA Sinergia*, 12(3), 97-109.
- Rodríguez, M., Pineda, D., y Castro, C. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revista Espacios*, 41(27), 306-322.
- Troya, K., Camacho, J., Encalada, G., y Sandoya, L. (2019). El marketing digital en las empresas de Ecuador. *Journal of Science and Research: Revista Ciencia e Investigación*, 4, 1-10.
- Zamarreño, G. (2020). *Fundamentos de marketing*. Editorial Elearning, SL.



Recibido: 11/9/2023

Aceptado: 18/11/2023

Propuesta de Manual de Identidad Visual para la Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos

Visual Identity Manual proposal for the Territorial Delegation of CITMA in Cienfuegos

Yenny Díaz Queralta¹

E-mail: yennydq81@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7554-6986>

¹Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, CITMA, Delegación Territorial de Cienfuegos. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Díaz Queralta, Y. (2024). Propuesta de Manual de Identidad Visual para la Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 59-65. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Las empresas o instituciones encuentran en la identidad e imagen un punto de apoyo estratégico para consolidarse como organizaciones. Es por ello que la presente investigación desarrollada en la Delegación Territorial del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente en Cienfuegos, tiene como objetivo general elaborar la propuesta del Manual de Identidad Visual, con la definición de los atributos que la identifican y distinguen como una institución de ciencia. El contenido se aborda desde los presupuestos que proponen el paradigma de investigación cualitativa, y el método investigación-acción. Las técnicas utilizadas para la obtención de información fueron: el análisis de documentos, la observación participante, las entrevistas semiestructuradas, el briefing operativo y las dinámicas grupales. A partir de las informaciones obtenidas se pudo constatar que la Delegación Territorial del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente en Cienfuegos es una entidad que se caracteriza por ser altamente profesional y comprometida con el desarrollo sostenible de la provincia. Para cumplir con la demanda de la institución se definen el identificador o imago tipo, el logotipo, la gama cromática, la tipografía y el slogan.

Palabras clave:

Identidad visual, Imagen corporativa, Comunicación estratégica, Comunicación institucional.

ABSTRACT

Companies or institutions find in identity and image like a strategic support point to consolidate themselves as organizations. That is why the present research developed in the Territorial Delegation of the Ministry of Science, Technology and Environment in Cienfuegos, has as general objective to prepare the proposal of the Visual Identity Manual, with the definition of the attributes that identify and distinguish it as a science institution. The content is approached from the assumptions proposed by the qualitative research paradigm and the action research method. The techniques used to obtain information were: document analysis, participant observation, semi-structured interviews, the operational briefing, and group dynamics. From the information obtained, it was confirmed that the Territorial Delegation of the Ministry of Science, Technology and Environment in Cienfuegos is an entity that is characterized by being highly professional and committed to the sustainable development of the province. To meet the demand of the institution, the identifier or image, the logo, the color range, the typography and the slogan are defined.

Keywords:

Visual identity, Corporate image, Strategic communication, Institutional communication.

Introducción

Cuba sustenta la gestión gubernamental en tres pilares que deben actuar integrados: ciencia e innovación, la informatización de los procesos, y la comunicación social como soporte de las acciones para facilitar la toma de decisiones, y propiciar una adecuada interacción con los ciudadanos (Díaz-Canel Bermúdez, 2021). Con ello se busca fortalecer el modelo de desarrollo cubano, desde la acción de gobierno a todos los niveles, permitiendo que se motive a las organizaciones a realizar estudios que contribuyan a su perfeccionamiento.

El desarrollo organizacional implica la integración en los procesos de dirección, donde la comunicación se vuelve estratégica y se convierte en una herramienta esencial para el logro de los objetivos institucionales. Por lo que debe realizarse algunos cambios en las formas habituales de pensar y hacer comunicación para trabajar desde una perspectiva estratégica que permitirá comunicar una imagen comprensible y creíble, es decir una personalidad bien definida, convirtiéndose la misma en un valor estratégico para las organizaciones.

Esta imagen, se construye día a día, se presenta a los públicos a través de la identidad visual, la que de una manera coherente debe transmitir los valores que tiene y los que quiere la institución resaltar. Según Costa (2001) la identidad se refiere a todo aquello que resulta idéntico a sí mismo y desde el punto de vista organizacional, es como el ADN de cada institución. Para este autor "cada institución es única, aunque coexistan otras con semejante misión, cada empresa es exclusiva, inigualable y poseedora de rasgos culturales, identitarios y comunicativos propios (Costa, 2001, p.214).

Como pilar de todos los procesos institucionales la identidad debe ser comunicada al público interno, a los clientes y al público en general alcanzando así el valor intangible. A través de una comunicación eficaz se puede construir, transmitir y preservar una visión compartida de los valores, la misión, visión y los objetivos de una organización, es decir, su cultura, su identidad.

De modo que la imagen de la empresa es la imagen que está en la cabeza de la gente. Y por ser una imagen psicosociológica, y no una cosa o un objeto, la empresa solo puede gestionarla indirectamente por medio del significado de sus acciones y comunicaciones (Costa, 2001, p.59).

La identidad visual es un recurso estratégico capaz de lograr que la imagen percibida por los públicos se ajuste fielmente a la imagen que la institución desea proyectar. En la misma intervienen diversos elementos de diseño que se manifiestan como un todo, expresándose y vinculando cotidianamente la labor identificativa de la actividad de la organización a través de los signos de identidad en todas las comunicaciones, soportes y elementos publicitarios portadores de la imagen.

La Delegación Territorial del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) de Cienfuegos se crea mediante el Acuerdo No.5473 de fecha 30 de mayo

del 2005 del Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros, y como representación del CITMA ante las autoridades locales, organismos, asociaciones, organizaciones e instituciones de la provincia de Cienfuegos. Dicha entidad tiene la misión de: Dirigir y controlar la política del Estado y del Gobierno en las materias de ciencia, tecnología, innovación, medio ambiente y otras que se determine para contribuir al desarrollo sostenible del país, en el territorio sobre el que ostenta la representatividad del Ministro del organismo.

Entre las pretensiones de esta organización se establece la necesidad de una identidad visual, que refleje sus rasgos identitarios, y con ello lograr mayor notoriedad en la provincia. Desde su fundación se ha utilizado como identificador visual el propio del CITMA a nivel nacional, aun cuando cada delegación territorial en las provincias realizara sus propias versiones. Hasta el año 2023, los reconocimientos, diplomas, carteles, invitaciones, presentaciones de exposiciones y otros documentos de la entidad, eran realizados a solicitud de los trabajadores del centro a personal informático de otras instituciones o a trabajadores por cuenta propia, ya que nunca se contó con un profesional con la experiencia suficiente en el campo del diseño.

Tal situación se venía planteando por cada una de las delegaciones territoriales en los espacios de intercambio con el Ministerio, y como resultado del proceso de perfeccionamiento que se realiza desde el año 2020 y a nueva dirección del Departamento de Comunicación, se decide actualizar el Manual de Identidad Visual del Ministerio. Se indica a cada provincia el diseño del suyo propio; quedando pautado en el Capítulo del Manual del Ministerio: Definiciones de diseño gráfico para el identificador del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, epígrafe Visualización y Convivencia del Identificador:

Las entidades subordinadas, el sistema empresarial, las instituciones adscriptas, las políticas ambientales nacionales o territoriales y las campañas de comunicación generadas en el sistema CITMA, deben diseñar sus propios identificadores. (Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, [CITMA], p. 18)

Todos los productos de comunicación realizados por las entidades mencionadas deben incluir al final el identificador del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, como marca paraguas, en cualquiera de las variantes pautadas en este manual. Los medios de divulgación impresos, radiales y audiovisuales deben publicar el identificador original sin alteraciones gráficas. (CITMA, 2022, p.19)

El objetivo de esta investigación es elaborar la propuesta del Manual de Identidad Visual de la Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos. Dicho proyecto se encuentra dentro de las líneas estratégicas del Plan Estratégico de Comunicación, basado en el enfoque de comunicación estratégica, lo que ha permitido que desde la fase de diagnóstico se cuenten con todas las acciones definidas que permitirán el logro del objetivo final que es la implementación y evaluación del proceso.

Materiales y métodos

Para establecer el estado del arte de la temática, se aplicaron disímiles métodos de carácter teórico y empírico, que contribuyeron a la profundización acerca de la identidad e imagen en las organizaciones, además de permitir la construcción de una propuesta investigativa. El contenido se aborda desde los presupuestos que proponen el paradigma de investigación cualitativa, y el método investigación-acción, pues propicia el cambio social, transforma la realidad, y las personas toman conciencia de su papel en ese proceso de transformación.

Como investigación se concibe desde una perspectiva alternativa a la concepción positivista, defendiendo la unión de investigador/ investigado, forjando un nuevo modo de investigador, que realiza su trabajo de forma sistemática a través de un método flexible, ecológico y orientado a los valores. (Rodríguez, 2004, p. 52).

Las técnicas utilizadas para la obtención de información fueron: la observación participante que permitió recoger información en contextos y situaciones específicas; y las entrevistas semiestructuradas, que permitieron acceder al conocimiento cultural de la organización y las dinámicas grupales con la cual seleccionada, corregida y finalmente aprobada el identificador visual.

Se aplicó el Briefing Operativo, definido como un “cuestionario que operacionaliza acciones en función de la solicitud, o sea, la descripción del encargo que parte de un interés institucional y requiere especificaciones para realizar el trabajo” (Figueroa & Corrales, 2011). Tuvo como objetivo caracterizar la identidad visual actual de la institución objeto de análisis, así como, aquellos elementos de identidad visual que contribuyan a formar la imagen deseada por CITMA Cienfuegos.

Las entrevistas se aplicaron a trabajadores fundadores, directivos con más de 5 años de experiencias, personas familiarizadas con el trabajo de la institución, y especialistas. La selección del personal fue con un carácter dinámico, progresivo y secuencial, según el desarrollo de la investigación y la necesidad de contrastar datos para garantizar la confiabilidad y veracidad de los resultados

Se aplicó, además, el análisis documental para la conformación del marco teórico y metodológico. Igualmente permitió indagar en las políticas nacionales que sustentan el proceso de comunicación en el país, iniciando con la Constitución de la República de Cuba (Asamblea Nacional del Poder Popular, [ANPP], 2019), los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el periodo 2016-2021 (Partido Comunista de Cuba, [PCC], 2021), y el proyecto de Ley de Comunicación Social (Asamblea Nacional del Poder Popular, [ANPP], 2023). También se estableció el marco jurídico que soporta las políticas y normas aprobadas para las funciones rectoras del CITMA, en materia de Ciencia, Tecnología, Innovación, Medio Ambiente y Gestión Documental y Archivo. Se examinaron las políticas, estrategias y plan de comunicación institucional y ministerial, el Manual de Identidad Visual del ministerio, la estrategia, misión, visión, política y objetivos de la Delegación, así como, los recursos económicos y materiales disponibles para el desarrollo de la actividad.

Resultados-discusión

Las organizaciones, como parte de su evolución, han enfocado la atención hacia lo inmaterial y en este camino, la comunicación ha variado su función incorporando la acción y la estrategia. En este sentido, y de acuerdo a lo afirmado por Costa (2015), los valores intangibles en toda organización son la identidad, la imagen, la cultura, la comunicación y la reputación corporativa.

En los nuevos escenarios del siglo XXI se manifiesta una marcada tendencia hacia la competitividad y con ello crece la importancia otorgada a la comunicación. Las organizaciones actuales, con el objetivo de comunicar hacia sus públicos aquellos elementos que las hacen únicas e irrepetibles, enfocan gran parte de sus recursos hacia la gestión de su identidad.

Costa (1992), expresa que “si se considera que el hacer y el cómo hacer constituyen la base de la identidad, la forma comunicable de esta identidad tendrá que ser la acción simbólica, o sea, el modo particular de hacer aquello mismo que otras organizaciones también hacen” (p.48).

La identidad institucional permite identificar y diferenciar a las organizaciones frente a sus públicos a través de los atributos propios, distintivos y perdurables que definen a la entidad a lo largo del tiempo. La misma simboliza la esencia de la organización, lo que es, lo que hace y lo que espera ser.

La identidad visual es la parte más reconocida de la identidad institucional. Según (Capriotti, 2007) la identidad visual representa un sistema o conjunto de características físicas reconocidas perceptiblemente por el individuo como unidad identificadora de la organización. Para Pintado y Sánchez (2013) es la traducción simbólica de la imagen de una organización, plasmado en un sistema conformado por una serie de normas para su correcta aplicación en diferentes situaciones.

Es en sentido general el conjunto de signos y elementos visuales que confluyen para conseguir y comunicar una identidad e imagen única para una organización, diferenciándola dentro del mercado. Entendiéndose como la relación sinérgica y en desarrollo permanente que existe entre los signos de identidad (identificador, tipografía, colores, etc.) y el sistema de aplicaciones afin (papelería, publicidad, señalética), que es donde estos signos se presentan y ponen de manifiesto. Esta relación queda definida y normada para todos en el Manual de Identidad Visual de la entidad

Manual de Identidad Visual

Varios autores tales como Sanz de la Tajada (1994), Costa (1995), Villafañe (1999), Capriotti (2009), Martínez (2009), Rodríguez (2014) y Alonso (2017) han ofrecido sus conceptos en torno a lo que debe contener un manual de identidad como uno de los instrumentos normativos de la comunicación organizacional.

El documento constituye un conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la identidad en el plano del diseño. En él se declaran las líneas maestras de la imagen de la institución, se definen las normas que se deben seguir

para imprimir el logotipo en los diferentes soportes internos y externos de la organización, en especial aquellos que se mostrarán al público. Con él se busca tener una guía que incluye las pautas de aplicación en todos los soportes de comunicación y se utiliza para dar coherencia a las aplicaciones, en cualquier soporte, de la identidad visual de la empresa (Alonso, 2017).

El manual fortalece a la marca y ayuda a transmitir los valores y comunicaciones de la institución. Además, les permite a todo el personal y usuarios relacionados con la implementación, conocer las reglas que han de asegurar una utilización racional y eficaz de los elementos de la identidad visual en todas sus posibilidades de aplicación.

El manual de identidad es por lo tanto una herramienta fundamental para la comunicación como documento normativo en él se establecen las directrices de la imagen de una marca. Detalla la forma correcta de proyectarla estando siempre adaptada a las necesidades de la institución. La papelería institucional, los soportes promocionales, los encabezados o firmas de correo electrónico, el uniforme de los empleados, la identificación del transporte y locales, en fin, todo lo físico que la organización presenta a los públicos debe estar ajustado.

Propuesta de Manual de Identidad Visual para la Delegación del CITMA en Cienfuegos

Para la elaboración de la propuesta del Manual de Identidad Visual de la Delegación Territorial del CITMA se tuvo en cuenta los elementos que propone la Oficina Nacional de Diseño (ONDi) para la inserción, gestión y calidad del diseño en las organizaciones. En este sentido, se utilizan las recomendaciones del Sistema Nacional de Evaluación de la Calidad del Diseño (SNECD) (Oficina Nacional de Diseño, [ONDi], s.f), cuyo modelo fue ajustado al contexto específico a la institución.

El modelo de la ONDi propone 21 contenidos básicos que debe contener un manual de identidad visual, donde se hace referencia a la definición de las estrategias de identidad y al conjunto de aplicaciones que se incluyen, siempre teniendo en cuenta las especificaciones y la complejidad estructural para cada organización.

El grupo de trabajo de comunicación del CITMA en Cienfuegos se dio a la tarea de indagar sobre los atributos que desde su creación pudieran distinguir a la institución. Se realizó además, un estudio visual de marca del gremio a nivel internacional, nacional y territorial. El estudio de identidad de color se hacía necesario para conocer el significado de cada color y como se utilizan a nivel mundial, en las instituciones similares, aunque se debía mantener los colores de la marca propio del Ministerio a nivel nacional.

El briefing operativo para el diseño de marca se realizó con el objetivo de obtener una información más completa sobre la línea de deseo de la Delegación Territorial. Arrojó que la entidad alcanza prestigio a nivel provincial, con marcada profesionalidad, y compromiso. Se constató además que se necesita la identificación institucional a partir del papel rector que juega en el cumplimiento de las políticas del

Estado y del Gobierno en las materias de ciencia, tecnología, innovación, y medio ambiente. Según el análisis de los pares semánticos, el identificador se debe caracterizar como moderno, dinámico y local, acompañado de juventud y alegría.

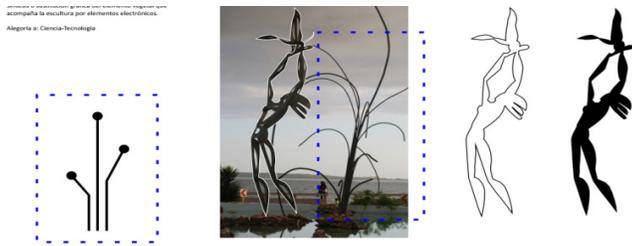
A partir de los resultados antes expuestos se vio la necesidad del estudio de los elementos identitarios de la localidad como, sus leyendas, sus valores urbano, arquitectónico, paisajístico, ambiental, natural y comercial. Fue de vital importancia marcar las pautas para la elección de los conceptos, pues el diseño debería contar con elementos específicos, como la ciencia y el medio ambiente y no contar con elementos que representarían daños al mismo. Se presentaron cinco propuestas en total, cada una de ellas mostraba la lista de deseos que se había obtenido en el estudio realizado anteriormente, partiendo de elementos locales como: La perla, el escudo de la ciudad, la bahía y sus montañas y de la leyenda de la India de Guanaroca.

Cada una de las propuestas fue diseñada con tres elementos de diferentes colores: gris, azul y verde. El verde hace referencia a la flora, la fauna y a toda la naturaleza en general. El gris se asocia a la tecnología, el desarrollo de programas y equipamientos. Mientras que el azul se vincula al cielo y al mar, por lo cual es un color que transmite la extensión de la ciencia a todos los ámbitos de la sociedad, la innovación constante en la búsqueda de soluciones, así como, la investigación para ofrecer soluciones a las problemáticas del entorno.

Presentadas cada una de las variantes ante el grupo gestor de comunicación y en dinámica grupal, cada uno de los participantes exponía sus consideraciones de cada una de las propuestas presentadas. Se definió por unanimidad, mediante encuesta aplicada la propuesta de la figura de la India de Guanaroca (Ver Figura 1). Pues en ella se definieron a la hora de su construcción los siguientes atributos y conceptos:

- Se utiliza el círculo como figura geométrica primaria, recuerda la tierra, el universo y la actividad rectora y abarcadora que ocupa el CITMA.
- Se mantiene en el identificador el cromatismo de la marca paraguas del CITMA a nivel nacional, creando de esta forma una relación conceptual entre ellas.
- El uso de elemento identitario de Cienfuegos (La India Guanaroca) leyenda que cuenta la formación de los ríos, cayos y áreas de la Laguna Guanaroca, caracterizada como Área Protegida (Refugio de Fauna).
- Protección como el objetivo más importante de la institución.
- Dinamismo de un proceso, evolución, movimiento e interrelación entre los elementos.
- Factor humano presente, en el medio de todo y en armonía con los demás elementos.
- Elementos que sugieran evolución, crecimiento, desarrollo, ciencia y tecnología.
- El reciclaje como factor de sostenibilidad.

Fig 1: Perfil de la versión escultórica de Rita Longa de la India Guanaroca



Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

El signo contiene los mayores valores semánticos de la identidad visual. Está construido a partir del perfil de la versión escultórica de Rita Longa de la India Guanaroca, leyenda aborigen de la localidad (Inventariada como Patrimonio Inmaterial), representa al hombre como especie en el centro del medio y en armonía o comunión con el mismo, las plantas que respaldan la imagen de la india se representan con circuitos electrónicos (La tecnología y la ciencia al servicio de medio).

Con la combinación de los elementos gráficos antes mencionados, se define el símbolo gráfico (Ver Figura 2) como un círculo dividido por el perfil de la escultura. Se presenta en dos colores (azul y verde) que hacen alegoría al planeta y se encuentra rodeado por un grueso outline o banda dividida en tres partes iguales mediante saetas, que recuerdan la iconografía utilizada para representar el reciclaje cada una de estas partes está representada por un color (de la marca paraguas).

Fig 2: Símbolo Gráfico



Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Por estas razones que personifican al medio ambiente y la ciencia en estrecho vínculo con la localidad de Cienfuegos, se aprueba el identificador visual de la Figura 3 para Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos.

Fig 3: Identificador Visual aprobado



Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Con la identificación final, el grupo de trabajo de comunicación pasó entonces a tomar en consideración las indicaciones del SNECD (ONDi, s.f.) para establecer las regulaciones correspondientes, así como, las aplicaciones y uso del identificador en: papelería institucional, recursos promocionales, comunicaciones o soportes digitales, y soportes de identificación.

La papelería institucional contó con el diseño de: papel timbrado (versión oficial) (ver Figura 4), papel timbrado (versión económica), sobre para carta, tarjetas de presentación, solapines o modelos de pase, gomígrafos o cuños, sobres para documentos, carpeta institucional, agenda de mano, carpetas de archivo, tarjetas de invitación (ver Figura 5), hoja de ruta, reconocimientos y diplomas (ver Figura 6), reglamento de información, y portadas para informes.

Fig 4: Papel timbrado. Versión oficial



21

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Fig 5: Tarjetas de invitación



35

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Fig 6: Reconocimientos y Diplomas

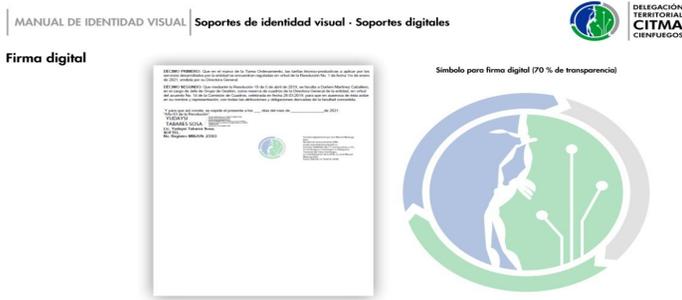


37

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Por otro lado, quedó establecido en el apartado de comunicaciones o soportes digitales el uso del correo electrónico, presentaciones en Power Point, fondo de escritorio (PC Desktop), firma digital (Figura 7), perfil para redes sociales, y banner Web (Figura 8).

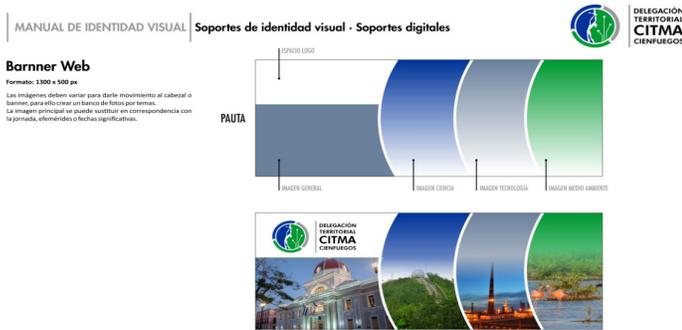
Fig 7: Firma Digital



60

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Fig 8: Banner Web

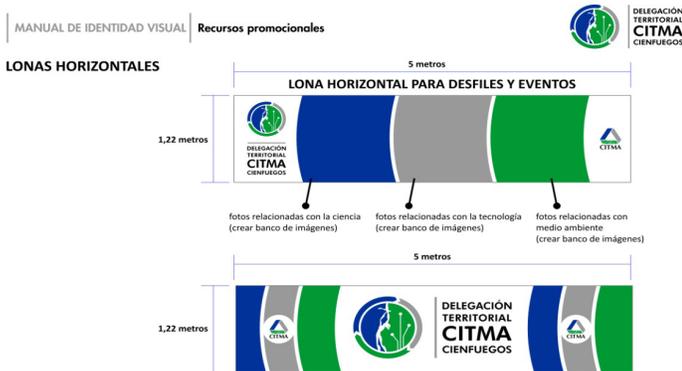


62

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

En el acápite de los recursos promocionales, se incluyeron todos los productos que se utilizan en las acciones de publicidad o relaciones públicas de la entidad. Tal como bolsas, camisetas, mascarillas, gorras, chapones, calendario de mesa, lonas promocionales (Figura 9 y Figura 10) y jarras.

Fig 9: Lonas Horizontales



70

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Fig 10: Lonas Verticales



71

Fuente: Manual de Identidad Visual, Delegación Territorial del CITMA en Cienfuegos (2023)

Conclusiones

La identidad visual tiene un papel estratégico para las organizaciones, pues permite la representación de su filosofía, esencia y personalidad a través de los atributos propios, distintivos y perdurables que definen a la entidad a lo largo del tiempo. Ello posibilita un mayor vínculo con sus públicos internos y externos, logrando alcanzar sentido de pertenencia hacia los objetivos institucionales.

La aplicación de instrumentos en la fase inicial del proceso permitió la identificación de los elementos que caracterizan a la organización, las pretensiones y líneas de deseos, que conllevaron al diseño del identificador de la Delegación del CITMA en Cienfuegos. La dinámica participativa del proceso de implementación del Manual de Identidad Visual permitió que los trabajadores de la delegación se sintieran más identificados con sus funciones, modos de actuación profesional, pero sobre todo, con su cultura organizacional.

Referencias bibliográficas

- Alonso, P. (2017). *Imagen corporativa*. Videocinco.
- Asamblea Nacional del Poder Popular. (2019). *Constitución de la República de Cuba*. Gaceta Oficial de la República de Cuba, No. 5 Extraordinaria. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2019-ex5.pdf>
- Asamblea Nacional del Poder Popular. (2023). *Proyecto de Ley de Comunicación Social*. https://www.parlamentocubano.gob.cu/sites/default/files/documento/2023-05/proyecto-ley-de-comunicacion-social_mayo-2023_0.pdf
- Capriotti, P. (2007). *Gestión de la marca corporativa*. La Crujía.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Colección de libros de la Empresa.
- Costa, J. (1992). *Imagen Pública Una Ingeniería Social*. Fundesco.
- Costa, J. (1995). *Comunicación Corporativa y Revolución de los servicios*. Ciencias Sociales.

- Costa, J. (2001). *Imagen Corporativa del siglo XXI*. La Crujía.
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca: Un fenómeno social*. Ediciones Paidós
- Costa, J. (2015). *El Paradigma DirCom. El Nuevo mapa del mundo de la comunicación y el management estratégico global (1era edición ed.)* Costa Punto Com.
- Delegación Territorial del CITMA de Cienfuegos. (2022). *Manual de Identidad Visual*. Archivo Digital.
- Díaz-Canel Bermúdez, M. (2021). ¿Por qué necesitamos un sistema de gestión del Gobierno basado en ciencia e innovación? *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*, 11(1), e1000. <https://revistaccuba.sld.cu/index.php/revacc/article/view/1000/1078>
- Figuroa, O. T., y Corrales, K. D. G. (2011). Hacer televisión desde la comunicación, propuesta de rediseño de la identidad visual corporativa de Telecubanacán. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 2(1), 158-188.
- Martínez, Y. (2009). *Hablemos de Comunicación. Una aproximación a las dimensiones esenciales de la comunicación organizacional*. Ediciones Logos.
- Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente. (2022). *Manual de Identidad Visual*. Archivo Digital.
- Oficina Nacional de Diseño. (s.f.). *Evaluación*. Consultado el 28 de noviembre de 2023. <http://www.ondi.cu/evaluacion/#14>
- Partido Comunista de Cuba. (2021). *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el Período 2021-2026*. <http://www.cubadebate.cu/especiales/2021/06/17/descargue-en-pdf-la-concepcionalizacion-del-modelo-y-los-lineamientos-para-el-periodo-2021-2026/>
- Pintado Blanco, T., y Sánchez Herrera, J. (2013). *Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial*. ESIC.
- Rodríguez, G., Gil, J., y García, E. (2004). *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Félix Varela.
- Rodríguez, J.L. (2014). *Diseño, diseñar, diseñando. Teorías estratégicas y procedimiento básicos*. Editorial Letras Cubanas.
- Sanz de la Tajada, L. Á. (1994). *Integridad de la identidad y de la imagen en la empresa. Desarrollo conceptual e implicación práctica*. ESIC.
- Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Ediciones Pirámide.

Propuesta estratégica de comunicación institucional para la Dirección Provincial de Salud en Cienfuegos

Strategic proposal for institutional communication for the Provincial Directorate of Health in Cienfuegos

Arianna Aguiar Aguiar¹

E-mail: arymarce25@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0489-6222>

Marianela Dávila Lorenzo²

E-mail: davilamarianela@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5651-958X>

Norelys Quintero Sobrino³

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4446-3224>

Lázaro Omar Valdés Quintana¹

E-mail: conelarteenlasvenas@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9419-7876>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

²Universidad Estatal de Oriente, Puebla. México.

³Escuela de arte "Benny Moré". Cienfuegos, Cuba

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Aguiar Aguiar, A., Dávila Lorenzo, M., Valdés Quintana, L. O. (2024). Propuesta estratégica de comunicación institucional para la Dirección Provincial de Salud en Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 66-73. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El presente artículo expone las pautas para el trazado de la Estrategia de Gestión de la Comunicación Institucional para la Dirección Provincial de Salud Pública de Cienfuegos, a través de procesos de planificación, resolución de problemas y establecimiento de objetivos, que al ser implementados optimicen los procesos de comunicación. Tiene como punto de partida la realización de un diagnóstico de comunicación, tanto a lo interno como a lo externo. Se asume el paradigma humanista y la metodología cualitativa, mediante la aplicación de métodos y técnicas como la revisión bibliográfica-documental, la observación y la entrevista semiestructurada que permiten una interpretación más profunda de los procesos que desarrolla la institución. La sistematización teórico-conceptual está guiada sobre la base de la gestión organizacional, la comunicación en salud como aporte al desarrollo, las políticas de comunicación, diagnósticos y estrategias. Como producto final, el diseño de una Estrategia de Comunicación off-line y on-line, como documento normativo que regule en lo adelante las prácticas comunicativas del sector de la salud en la provincia.

Palabras clave:

Estrategia de comunicación, Comunicación y salud, Clima organizacional, Instituciones de salud.

ABSTRACT

This research presents a proposal to establish a Communication Management Strategy for the Provincial Directorate of Public Health of Cienfuegos, through planning, problem solving and objective setting processes, which, when implemented, will optimize communication processes. The starting point is a communication diagnosis, both internally and externally. The humanist paradigm and qualitative methodology is assumed, through the application of methods and techniques such as bibliographic-documentary review, observation and semi-structured interviews that allow a deeper interpretation of the processes developed by the institution. The theoretical-conceptual systematization is guided on the basis of organizational management, health communication as a contribution to development, communication policies, diagnoses and strategies, among others. The final product is the design of an off-line and on-line communication strategy as a normative document that will regulate communication practices in the health sector in the province.

Keywords:

Higher Education, Covid-19, impacts on the Teaching-Learning Process

INTRODUCCIÓN

La comunicación siempre ha estado presente en los procesos de salud. Sin embargo, el desarrollo de esta disciplina, como campo de análisis e intervención en las estrategias y programas de salud pública, se vincula directamente con los cambios de dicha esfera social originados a mediados del siglo XX. De los primeros bosquejos, que desde una guía biomédica de recuperación del enfermo definieron a la salud simplemente como la ausencia de enfermedad, se evolucionó hacia la definición actual que la concibe como “el completo estado de bienestar físico, mental y social, y no solo la ausencia de afecciones o enfermedades”. (Organización Mundial de la Salud, [OMS], 1946, p.1)

No obstante, pasaron varias décadas desde aquella definición planteada en la Constitución de la Organización Mundial de la Salud (OMS) en 1946, para que la perspectiva comunicacional se convirtiera en un componente importante en los procesos comunitarios de salud. La comunicación aparecía entonces como una herramienta fundamental en la sanidad, pero no todos tenían la misma idea de lo que implicaba integrar la comunicación en los proyectos y acciones de educación y promoción de salud. En línea con las teorías hegemónicas por aquellos años, se instaló una concepción de la comunicación con un claro sentido instrumental, que la consideraba como una herramienta para manipular y controlar las conductas individuales y colectivas; una idea claramente vinculada con las primeras teorías de la comunicación, basada en perspectivas sistémicas y funcionalistas, que la concibieron como “mera transmisión de información con fines persuasivos”. (Martínez Iglesias et. al., 2020, p.88)

Se llega a la convicción, a través de los resultados de aquellas prácticas así demostradas, de que esa perspectiva de la comunicación impedía un desarrollo adecuado de las estrategias de educación y promoción para la salud. En primer lugar, porque la comunicación no puede ser reducida a una cuestión de medios de comunicación, ni sus fines pueden ser únicamente la manipulación y la persuasión. En segundo lugar, porque está más que demostrado que cambiar conductas, promoviendo decisiones autónomas y saludables a nivel individual y colectivo, es un proceso extremadamente complejo en el que influyen múltiples actores y circunstancias de la vida de una comunidad (Bécquer et. al., 2023).

La comunicación en salud constituye, entonces, una estrategia clave que posibilita, además de informar al público sobre cuestiones de salud, mantener en la agenda pública asuntos importantes sobre salud. Por tanto, se erige como un proceso vital para el desarrollo de conocimientos, comprensión y habilidades que permitan a las personas llevar a cabo cambios sostenibles tanto en las condiciones que afectan su salud que incluyen factores sociales, medioambientales y económicos como en sus propios comportamientos.

Por tanto, resulta de vital importancia para el desempeño de las organizaciones el análisis, gestión e implementación de las estrategias de comunicación. La comunicación gestionada, de modo sinérgico e integrador, posibilita la

efectiva coordinación y coherencia de todos los procesos que tienen lugar en el interior de las instituciones.

La Dirección Provincial de Salud Pública (DPSP) de Cienfuegos surge en el año 1976, luego de la división político-administrativa que se realiza en el país. Según el Informe de Balance de la DPSP (2022), posee el reto de asesorar metodológicamente e impulsar el quehacer de todas las instituciones de salud en la provincia en aras de lograr servicios de calidad. Además, asume como misión liderar el esfuerzo para promover la salud, combatir las enfermedades, sus riesgos, mejorar la calidad de vida de los cienfuegueros, con servicios y programa de excelencia y participación comprometida del personal integro.

Dado su encargo social, resulta imprescindible que los públicos internos de la DPSP conozcan, compartan y hagan suyos estos retos. Por ende, el proceso de comunicación debe ser eficaz y oportuno, entre otros aspectos para proyectar una imagen positiva de los resultados de la esfera de la sanidad en Cienfuegos.

Como objetivo general del presente estudio se plantea: Diseñar una estrategia de gestión de la comunicación interna y externa para la Dirección Provincial de Salud de Cienfuegos. La implementación de esta investigación contribuye a eliminar la improvisación y la espontaneidad en la realización de las actividades comunicativas. Además, resulta de vital importancia para el desempeño de la organización pues, la comunicación gestionada de modo efectivo posibilita la calidad y coordinación afín de todos los procesos que tienen lugar en el interior de la institución de salud cienfueguera.

Materiales y métodos

Este estudio en particular, posee un enfoque teórico-metodológico específico para la Comunicación Organizacional en Cuba propuesto por Saladrigas (2011). Esta investigadora comenta a cerca de la metodología cualitativa con carácter humanista, crítico y transformador de las relaciones y mediaciones comunicativas que permite acercar más las prácticas investigativas de esta área a nuestra realidad, a la vez que se aproxima a lo más revolucionario que actualmente se plantea a nivel internacional y en otras disciplinas en el plano nacional. Cuenta con un diseño no experimental y transaccional-descriptivo puesto que se analiza y evalúa el fenómeno en su contexto real y natural, sin la previa manipulación de la investigadora y tiene lugar en un momento específico (Saladrigas y Olivera 2011). Mediante el empleo del método histórico-lógico y la técnicas de investigación observación-participante y entrevista-semiestructurada se realiza un acercamiento a la comprensión de los procesos comunicativos en instituciones de salud.

Resultados-discusión

Evolución de la Comunicación en Salud

Desde una perspectiva histórica, se ha observado un desplazamiento cualitativo en el pensamiento de la salud y la comunicación en salud, al menos conceptualmente, de un enfoque efectista, individualista y bio-médico hacia un enfoque en donde las culturas, las relaciones sociales y la participación de las personas directamente afectadas por

el problema, se constituyen ahora en referentes esenciales para el diseño de programas de comunicación en salud.

Para alcanzar este propósito, la comunicación debe orientarse a fortalecer procesos locales que promuevan cambios en conocimientos, actitudes y prácticas en la población, fortaleciendo la capacidad de individuos y comunidades de incidir efectivamente sobre las determinantes de la salud. De esta forma, la comunicación va más allá de su utilidad instrumental, para constituirse en un proceso de carácter social que posibilita el reconocimiento, encuentro y diálogo de los diversos saberes, contribuyendo a consolidar la articulación entre los diferentes sectores sociales en torno a la salud, para generar procesos de cambio que mejoren las condiciones de bienestar de la población (Dávila y Lorenzo, 2019).

La evolución de las definiciones en comunicación para la salud ha incluido cambios sustanciales en la planeación y conceptualización utilizada en su desarrollo. De acuerdo con un documento de la OMS (Healthy People, 2010), la comunicación en salud abarca el estudio y el uso de estrategias de comunicación para informar e influenciar decisiones individuales y comunitarias que mejoren la salud. Este tipo de comunicación es reconocida como un elemento necesario en los esfuerzos para mejorar la salud pública y personal.

Asimismo, la comunicación en salud puede contribuir en todos los aspectos de la prevención de la enfermedad, incluyendo la relación médico-paciente, la adherencia del individuo a recomendaciones clínicas y regímenes terapéuticos, la construcción de mensajes y campañas de salud pública en conjunto con la disseminación de información concerniente a riesgos para los individuos y las poblaciones, o comunicación preventiva. En el aspecto de promoción es importante la exposición a los mensajes y la búsqueda por parte del individuo de información acerca de la salud, la utilización de imágenes de salud en los medios de comunicación masiva, la educación de los consumidores acerca de cómo ganar acceso a los sistemas de salud pública y de cuidado de la salud.

Categorizar el papel de los medios de comunicación como pieza clave en el desarrollo de una comunicación para la salud efectiva es primordial para el buen manejo social. Según Beltrán (2001) el empleo sistemático de medios de comunicación individuales, de grupo, masivo y mixto, así como tradicionales y modernos -como los medios informativos y los multimedia-, es una herramienta de apoyo al logro de comportamientos colectivos funcionales que cumplan los objetivos de los programas de salud pública. Esta disseminación de información sobre salud entre la población aumenta la concientización sobre aspectos específicos a nivel individual y colectiva, pero también en relación a la importancia de la salud en el desarrollo.

No obstante, el manejo que se les debe dar a los medios de comunicación en la distribución de información para la salud, particularmente al tener en cuenta la población objetivo y las necesidades latentes, debe ir de la mano de un especialista en comunicación y con asesoría de personal autorizado de Salud. Parafraseando al comunicador Gumucio (2011), cuando describe a la comunicación para

el cambio social, hace referencia sobre el papel de los medios masivos de información al convertirse en la columna vertebral de las campañas de mercadeo social porque se ha enraizado, fundamentalmente, en el área de la salud en aras de redirigir y orientar a grupos cada vez más heterogéneos. El eje del mercadeo social se basa en campañas intensivas de convencimiento, de persuasión, perdiendo de vista muchas veces la educación de masas.

Dicho sea de paso, muchas veces la comunicación ha sido concebida erróneamente como propaganda o como simple difusión de información. Los gobiernos, los actores internacionales y las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) ven a la comunicación como una oportunidad de ganar visibilidad al concentrar el uso de los medios masivos y otras actividades que generalmente tienen impacto en las ciudades y no en las áreas rurales más pobres. Como consecuencia se expresa la necesidad de una comunicación educativa para la salud comunitaria que esté basada en el diálogo, en procesos pedagógicos que a largo plazo realmente den resultados fehacientes de progreso y mejora social.

También la educación tiene un peso importante en la búsqueda de una definición de comunicación para la salud. En Latinoamérica sólo logró posicionarse a principios de los años ochenta, después del establecimiento de la Educación Sanitaria. Desde sus inicios, esta práctica demostró ventajas significativas frente a las prácticas con fines solo informativos o persuasivos comerciales. Priorizar la gestión educativa de la salud pública, el mayor y mejor empleo de medios masivos, la tendencia a la revisión de la producción de mensajes y una rigurosa programación desde la base de investigaciones sociales, debe constituir el eje central en la planeación de proyectos para óptimas prácticas de salud general ciudadana.

Todo cambio y evolución de la sociedad, debe ir de la mano de la gestión profesional comunicativa, porque la comunicación permite unir esfuerzos y en el mejor de los casos establecer acuerdos en los términos más convenientes para los interactuantes. Al respecto Torres y Torres (1995) reseña:

La comunicación practicada en sus distintos niveles: desde la interpersonal hasta la masiva, se asume con diferentes usos y posturas, según la perspectiva que tomen los interlocutores, lo que define el tipo de relación entre ellos; es decir, el de dominar o negociar, imponer o entender los mensajes de cada participante para lograr influir en el otro u obtener significados compartidos en una relación sinérgica y transformadora. (p. 15)

En la 23a. Conferencia Sanitaria Panamericana, celebrada en septiembre de 1990, hubo un especial interés en posicionar la comunicación social como una disciplina importante para la formación básica de personas, familias y comunidades. Más tarde, en las Orientaciones Estratégicas y Programáticas para la Organización Panamericana de la Salud (OPS) (1995-1998) se planteaba que:

El uso de la información como instrumento del cambio debe ser una esfera de trabajo importante. La transmisión de información a individuos y a grupos mediante la comunicación social creará el conocimiento que servirá

de base para lograr los cambios de actitudes y prácticas. La información debe destinarse también a determinados grupos de la comunidad, con miras a ejercer influencia sobre las políticas o a fomentar la adopción de políticas públicas orientadas a la salud, lo cual es un componente clave de la promoción de la salud (Organización Panamericana de la Salud, 2020, s. p).

En este nuevo contexto, la comunicación en salud se concibe como un proceso estratégico para optimizar las acciones encaminadas a lograr una utilización racional de la oferta de servicios de salud, mejorar la eficiencia y efectividad de los programas dirigidos a la prevención de la enfermedad y promoción de la salud. En Cuba el manejo de programas de comunicación en salud, basados en la implementación de las teorías comunicacionales pueden poner la salud en la agenda pública, reforzar los mensajes sanitarios, estimular a las personas para que busquen más información, y en algunos casos, dar lugar a estilos de vida saludables.

El enfoque teórico de la comunicación para la salud utiliza cuatro elementos claves del proceso de comunicación: audiencia, mensaje, fuente y canal, sumados a un fuerte componente de investigación y participación. Los programas efectivos de comunicación en salud identifican y le dan prioridad a la segmentación de audiencias, entregan mensajes precisos basados en fuentes científicamente veraces y logran llegar a las audiencias a través de canales de comunicación familiares.

Del mismo modo, en que la comunicación para la salud abarca conceptos provenientes de constructos teóricos, también puede incluir varias áreas que incluyen la educación, el periodismo sanitario, la comunicación interpersonal, la abogacía por la salud en los medios de comunicación, la comunicación dentro de las organizaciones, la comunicación sobre riesgos y el marketing social. Puede adoptar muchas formas que van desde la comunicación de masas y los multimedia, a las tradicionales y específicas de una cultura, tales como la narración de historias, teatro y canciones. También puede adoptar la forma de mensajes de salud subyacentes, o ser incorporados dentro de los medios de comunicación existentes tal como los seriales de radio y televisión.

La habilidad del comunicador se refiere, en el campo de la salud, al arte y la técnica de informar, influenciar y motivar a los individuos, las instituciones y el público general sobre temas importantes de salud. Entre estos se encuentran la prevención de enfermedades, la promoción de la salud, las políticas de salud, el financiamiento y el mejoramiento de la calidad de vida y salud de los miembros de una comunidad.

Para la prevención de una adecuada percepción de riesgo en el entorno donde se desarrolla la actividad humana, premisa fundamental para evitarla, se requiere de una información oportuna y una educación mantenida, que se integre como acervo cultural en la comunidad. Las acciones de comunicación en salud permiten promover transformaciones hacia conductas saludables, en la forma más humanitaria posible, mediante la realización y entrega de mensajes y estrategias, basadas en investigación del consumidor, para promover la salud de los individuos y comunidades.

De ahí que, la comunicación al servicio de la salud tiene que contemplarse con una visión abarcadora e integradora. Más allá de la difusión de las campañas de salud, hay que comprender que es un proceso que busca la interacción entre los diferentes sectores, instituciones e integrantes de la sociedad; quienes, a través de una participación activa de la comunidad, toman decisiones conjuntas sobre las prioridades y necesidades para mantener un nivel óptimo de salud. Por tanto, aquí se plantea que, al analizar la calidad de los contenidos y canales de comunicación, la adecuación de las herramientas, las necesidades de información que existen en los distintos niveles de la organización, la satisfacción de los empleados y la percepción que tiene el público externo, al triangular la información recogida se conformara el documento normativo que en prácticas comunicativas guie el actuar de la DPSP. En todo cambio y evolución de la sociedad, la comunicación permite unir esfuerzos y en el mejor de los casos establecer acuerdos en los términos más convenientes para los interactuantes.

Gestión y manejo de la Comunicación en Salud en Cuba

Los aspectos generales de la comunicación en Salud en Cuba responden a la actividad esencial en el desarrollo de la percepción de riesgo en las poblaciones como herramienta básica para las acciones de prevención de enfermedades y promoción de la salud, que son respaldadas por las prioridades gubernamentales de atención poblacional. Así mismo, lo reafirma el recién aprobado Proyecto de Ley de Comunicación Social por el Parlamento cubano en 2023.

Las estrategias de comunicación son consideradas en la actualidad como excelentes herramientas de gestión en las organizaciones, pues perfeccionan todos los elementos que conforman los procesos comunicativos en las instituciones, a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre estos y el público externo, lo que conduce a un mejor funcionamiento organizacional y al fortalecimiento de su identidad. Es la propia realidad organizativa, la que ha impuesto la actual manera de concebir la comunicación, al considerarla como integrante de los activos intangibles de empresas e instituciones, como índice de competitividad y promotor de calidad, eficiencia y participación.

Este enfoque, además, conduce a la reflexión sobre la utilidad de sus aportes en procesos de reorganización e innovación científica, como los que se desarrollan en el país orientados al perfeccionamiento y estabilidad de la economía, la búsqueda de eficiencia y calidad en beneficio de la vida social. Por tanto, el estudio de la Comunicación en Salud se erige como un proceso vital para el desarrollo de conocimientos, comprensión y habilidades que permitan a las personas llevar a cabo cambios sostenibles tanto en las condiciones que afectan su salud; que incluyen factores sociales, medioambientales y económicos; como en sus propios comportamientos.

Salud Pública Provincial: fortalezas y oportunidades

En la etapa 2022-2023 la Dirección Provincial de Salud Pública en Cienfuegos ha enfrentado retos y un estricto plan de labores, con reordenamientos internos en cada una de las instituciones sanitarias de la provincia. La directora

provincial de la DPSP, Y. Pomares (comunicación personal, 25 de junio de 2023) comentó que mantener los estándares nacionales, no es fácil, pues el proceso de aseguramiento de personal e insumos médicos, se ha visto afectado por el recrudescimiento de políticas internacionales que afectan el abastecimiento del país. No obstante, la planificación institucional referida en el Informe de Balance, obtuvo los siguientes logros:

- Tasa de Mortalidad Infantil en 4,2 por cada 1000 nacidos vivos.
- Tasa de Mortalidad Materna en cero.

La colaboración médica internacional al cierre de octubre contaba con disímiles colaboradores, distribuidos en 36 países. De los 230 médicos ubicados en distintas misiones: 210 son especialistas; 15 estomatólogos; 207 enfermeras, de ellas 20 Técnicos; 159 declarados como otros profesionales; 32 en la categoría de técnicos, y 10 personal de servicios. El plan de relevo para terminar el año se encuentra a un 97,3% a expensa de la misión especial de Venezuela al 91,3% y servicios médicos cubanos al 93,1% de cumplimentados (DPSP, 2023).

Con respecto al monitoreo de la satisfacción en el Sistema Provincial, se realizaron un total de 11 889 encuestas, 4268 más que en igual periodo del año anterior. De ellas resultaron Satisfactorias 10946, lo cual representa el 92,0% y un 7,9% fueron insatisfactorias, cumpliéndose con el indicador propósito (90,8%) (DPSP, 2023).

El 100% de las instituciones que pertenecen a la DPSP poseen conectividad a la red de Infomed (DPSP, 2023). Las radiocomunicaciones se fortalecen en el año con el incremento de seis plantas nuevas en las ambulancias códigos rojos, mejorando la comunicación de urgencia y emergencia en todos los municipios. Se recupera la comunicación por planta en las cinco bases regionales de ambulancia y en el puesto de mando de la dirección provincial de salud, al restablecerse el repetidor de Crucecitas. Se logra implementar la Historia Clínica Digital en el segundo nivel de atención en más 74% de las instituciones y se muestran avances en la actividad de Gestión documental y Archivo (DPSP, 2023).

En relación a la preparación y superación de los cuadros, reservas y canteras, se han realizado cuatro entrenamientos donde se prepararon 14 reservas, todos jóvenes con edad promedio de 30 años. Se desarrolló la 2da versión del Diplomado de Dirección y Organización en Salud con 16 participantes, quienes se encuentran en tareas de dirección o reservas con perspectivas de desarrollo en las diferentes áreas de trabajo. En igual periodo (2022-2023) comenzó la tercera versión este diplomado con una matrícula de 13 diplomantes, y se prepara para iniciar en noviembre la especialidad de Administración de Salud en la provincia, constituyendo un hito en la preparación de cuadros y reservas.

En vínculo constante con la DPSP, la Universidad de Ciencias Médicas desarrolla una amplia labor formativa. Todos los procesos en esta institución universitaria se encuentran informatizados y se logró de manera satisfactoria su proceso de acreditación. Por otra parte, se consolida el sistema de trabajo de postgrado, con reconocimiento

a nivel del MINSAP en aspectos tales como la disciplina informativa y calidad de la misma. Se desarrolla el Doctorado en Ciencias Biomédicas que incluye las áreas de Enfermería, Educación Médica, Estomatología y Ciencias Médicas. También se desarrolla el Doctorado en Ciencias Psicológicas y en el Instituto de Medicina Tropical Pedro Kouri se encuentran 7 profesionales matriculados. Es destacable la obtención de premios por investigaciones estudiantiles realizadas y la participación activa de los estudiantes en Jornadas Científicas fuera de la provincia con excelentes resultados. En ese sentido, se consolida del trabajo de la Revista Científica estudiantil InmedSur, con salida de dos números con carácter trimestral.

En cuanto al sistema de infraestructura, 214 Objetos de obras han sido intervenido y 185 terminados, de ellos 57 CMEE, 8 en hospitales, 2 Casas de abuelos, y 2 policlínicos. A nivel provincial se disminuyen a cero las cuentas por pagar, se cumple el plan del presupuesto al 99% y se avanza en la mejora del mobiliario y equipos de las Direcciones Municipales de Salud (DMS) y hospitales.

Los resultados del último año trajeron consigo una amplia jornada de Atención Primaria de Salud y Medicina Familiar en el marco del 39 Aniversario del Programa del Médico y la Enfermera de la Familia, siendo seleccionada la provincia de Cienfuegos como sede del acto nacional. Además, se realizaron jornadas de conmemoración por el 43 Aniversario del Hospital Gustavo Aldereguía Lima, jornadas por el 60 aniversario de la Unión de Jóvenes Comunistas y el Día Mundial de la Salud, desarrolladas entre el 25 de marzo y el 7 de abril. Al tiempo que se estimularon con los premios Victoria Brú Sánchez, Enrique Barnet, Francisco Figueroa Veliz y Distinción Flor de la Marilop a profesionales y no profesionales del sector, que han obtenido resultados relevantes o contribuido en el campo de la Salud Pública.

Comunicación interna en la Dirección Provincial de Salud de Cienfuegos

Los temas relacionados con la comunicación interna no son una novedad para los directivos y trabajadores de la DPSP, pues en las entrevistas aluden a algunos de los componentes integradores de este proceso en la institución. La debilidad radica en la inexistencia de un personal graduado de la profesión de Comunicación Social para asesorar y liderar los temas comunicativos en la institución.

En el Plan de temas para los Consejos de Dirección se potencia el trabajo interno entre departamentos, con varios puntos al año, donde se le da continuidad al documento Prioridades del Sistema Nacional de Salud del año 2022 y donde se plantea entre otras cuestiones:

Garantizar información oportuna y sistemática a los trabajadores y pueblo en general, sobre el funcionamiento del sistema y estado de salud de la población, al utilizar para su efectividad los medios y las vías posibles (asambleas de trabajadores, asambleas de circunscripción, análisis del estado de salud de la población, redes sociales, entre otros).

La comunicación deja ya de tener un carácter intuitivo y empírico, ya que en los últimos años se potencia mediante la formación de talleres y cursos, aunque todavía resulta

insuficiente. Esto no compromete sus visiones y lo acertado de algunas respuestas. En la mayoría de los casos no solo se asocia con los flujos de información vinculados al trabajo, los cuales se establecen según los diferentes niveles de subordinación, sino también se aprecian canales ascendentes. Esta no siempre se desenvuelve bien, al no integrarse totalmente.

La principal dificultad para establecer una adecuada comunicación interna, a juicio de los directivos, radica en la falta de tiempo para ello, la mayor parte del día se la pasan en reuniones y luego la elaboración de informes que en estas se indican. Además, al ser una institución de carácter provincial, la atención a públicos externos es constante y al final del día, no existe el espacio para un grupo de cosas, entre ellas “hablar con los compañeros”.

Otro problema, derivado de este ritmo de trabajo son las largas jornadas, más de 12 horas diarias, el poco cuidado de la ética y la profesionalidad, el modo de referirse a los subordinados, las relaciones interpersonales entre muchos compañeros y el nivel de responsabilidad que prima entre Cuadros y trabajadores para desempeñar sus funciones; constituyen aspectos comunicativos a tener en cuenta para su análisis.

Los trabajadores, a su vez, coinciden en que hay que buscar más momentos de socialización, para lograr mayor unidad y que fluyan los temas personales: excursiones, actividades, que a veces se diseñan bien, pero no se promocionan correctamente y las personas no se enteran. En tal sentido se vienen potenciando la realización de los matutinos.

En entrevista con A. Crespo (comunicación personal, 13 de julio de 2023), jefa de despacho provincial, se apreció que es importante ver a los compañeros (subordinados) como equipo y no verticalmente, para que no se cree un ambiente de trabajo denso, como sucede mientras más alta es la jerarquía. Asimismo, las reuniones deben ser más didácticas, mediante una comunicación oportuna, delegar más tareas en los subordinados para que disminuya la presión del jefe.

La estructura comunicacional que opera dentro de una institución constituye un sistema de comunicación propio, por lo tanto, debe estar en constante análisis y reconstrucción para desarrollar y gestionar servicios de la más alta calidad. Por tanto, el diseño de una nueva estrategia teniendo en cuenta la salud y el bienestar dentro de los objetivos para el desarrollo de la Agenda 2030 contribuirá a que las acciones de comunicación se desdoblén sobre la base del compromiso organizacional, en función de mejorar las relaciones y de regular las prácticas comunicativas e implicación de los públicos internos y externos de la DPSP de Cienfuegos.

Hasta el momento los canales más implementados son los digitales y la vía telefonía móvil, por lo cual se hace necesario potenciar espacios para la interacción directa cara a cara.

Planeación de la Comunicación en Salud

Según Gumucio (2018), para hablar de planeación en comunicación en salud y derecho ciudadano a la comunicación se podría comenzar por una comparación entre los programas de salud y los programas de comunicación. Expresa este investigador que el diagnóstico, la planificación y la ejecución en los programas de salud son procesos unidireccionales y verticales. En un extremo las organizaciones y los sistemas que generan las acciones preventivas y en otro los receptores, los destinatarios de esas acciones.

En el campo general de la planeación en comunicación en salud se pueden encontrar abordajes de enfoque vertical como el de Vallejo y Pardo (2009), que considera a los tradicionales problemas de comunicación contemplados en las organizaciones por la ciencia social, donde existe un polo generador de decisiones o mensajes y, por otra parte, un polo receptor, aparentemente pasivo.

No obstante, los enfoques participativos están formando parte importante en el nuevo paradigma del desarrollo económico y social de los últimos años, y es que las comunidades deben ser protagonistas y gestoras de los cambios que las afectan. Si es así, debieran del mismo modo ser responsables del manejo de su salud, y, en consecuencia, de su propia comunicación (Gumucio, 2018).

Este enfoque posibilita que la comunidad identifique sus problemas, plantee soluciones a los mismos, se comprometa a lograr los objetivos trazados y especialmente, asuma un rol vigilante. Todo apunta a mejorar la calidad de las intervenciones y a darle sostenibilidad a los logros que se alcancen, ya que se asegura su relevancia y la comunidad asume la responsabilidad compartida de las propuestas de cambio.

En el Proceso P del Center for Communication Programs de la John Hopkins University sugiere que no solo debe tenerse en cuenta el contenido y la evaluación de los programas de comunicación, sino también que el desarrollo de estos programas sea el incremento sistemático y estratégico. El diseño, la implementación, el monitoreo y la evaluación de los proyectos de comunicación siguen los procesos y principios para proyectos de comunicación en salud. Este modelo, se propone, además, como sistemático y racional, porque se refiere continuamente a los datos encontrados en la fase de investigación; es práctico para la aplicación de los campos en todos los niveles; es estratégico, en el establecimiento de objetivos a largo plazo (Health Communication Capacity Collaborative, 2016).

Este proceso consta de seis pasos que son seguidos para implementar estrategias de comunicación:

- Investigación y Análisis
- Diseño estratégico
- Desarrollo, producción y revisión de materiales y métodos
- Gestión, implementación y monitoreo
- Evaluación de impacto

- Planeación para la continuidad.

Existe una gran variedad de modelos y estrategias de comunicación en salud como el de Difusión de Innovaciones de Alonso y Arcila (2014), que contempla los sistemas y normas sociales, son de gran pertinencia en términos de los cambios y las exigencias de la ciencia, la tecnología y las innovaciones en materia de salud que examina la utilización de agentes sociales como propiciadores de cambio.

Proviene de una conciencia de los efectos limitados de los medios de comunicación en los años cuarenta, el cual cuestiona un nexo causal directo entre la propaganda masiva y las manipulaciones de la audiencia. Esta nueva visión plantea un proceso mediatizado de influencia en el que las dinámicas sociales se ven interferidas por los procesos comunicativos.

Las innovaciones en salud son concebidas como una serie de comportamientos, rutinas y formas de trabajo enfocadas al mejoramiento de los resultados de salud, la eficiencia administrativa y la relación costo/efectividad. Así, la difusión de innovaciones se enfoca sobre la influencia interpersonal en las decisiones individuales y la comprensión de las redes de comunicación. En esta teoría se identifica la importancia estratégica del papel de los líderes de opinión en el proceso de difusión y adopción de nuevas conductas.

Por su parte el modelo de Comunicación Macro-intencional, presenta ciertas similitudes al de Difusión de Innovaciones. Este modelo, parte de una convocatoria hecha por un productor social, para los re-editores sociales determinados, mediante redes de comunicación directa, apoyada en medios masivos, y orientada a producir modificaciones en los campos de actuación de los re-editores en función de un propósito colectivo.

En efecto, la convocatoria a un imaginario social, para la creación de certezas compartidas, es el primer paso hacia la creación de un interés colectivo. Por ser toda movilización una convocatoria de consensos, la comunicación que le es propia, debe ser de la misma naturaleza, este es un aspecto primordial, por lo que debe surgir de la naturaleza, forma del imaginario y de los propósitos que propone la comunicación.

Para dirigirse a re-editores sociales legítimos, el modelo de comunicación macro-intencional se caracteriza por ser público (que conviene a todos). Por lo tanto, se habla de una comunicación que carece de instrumentos de coacción y se fundamenta en el compromiso autónomo del re-editor. Por eso es democrática y con carácter de movilización participativo.

A partir la revisión sistemática del contenido del portal web de Salud Pública Nacional Cubana, se puede afirmar que la mayoría de las experiencias coinciden con un enfoque orientado hacia el cambio social. De cualquier modo, aunque todas las iniciativas tienen ese fin en común, los proyectos sanitarios del país utilizan estrategias diferentes para lograr la consecución de este objetivo de cambio y mejora.

El modelo de comunicación para el cambio social propuesto por Gumucio (2011), describe un proceso donde el diálogo de la comunidad y la acción colectiva trabajan

en conjunto para producir cambios sociales en una comunidad que mejoren el estado de salud y de bienestar de todos sus miembros.

El cambio social implica la participación de la comunidad en todos los procesos concernientes a la implementación de proyectos para la salud. Asimismo, la horizontalidad de la comunicación ejerce un papel fundamental para que la población adopte como suyos, los métodos y los estilos de vida necesarios para su sostenibilidad.

Para la Dirección Provincial de Salud Pública en Cienfuegos es sumamente necesario conocer y tener identificada a la audiencia, que en este caso se refiere a toda la provincia. Manejar términos como cambio social, acción colectiva, todo en función de una mejora de salud para la sociedad general, en el plano comunicativo institucional se traduce en certeras estrategias comunicativas.

Con este tipo de investigaciones se prevé dotar de herramientas a las instituciones para que al ser implementadas sean capaces de mejorar su funcionamiento interno y externo. Por ejemplo, se debe partir de las siguientes interrogantes: ¿quién es el grupo de interés objetivo? ¿Cuáles son sus principales necesidades y preocupaciones en cuanto a la salud pública?

Las estrategias comunicativas institucionales, constituyen el documento normativo por el cual se va a regir la institución para establecer objetivos precisos y viables de alcanzar a través de la implementación de planes y acciones responsables para profundizar en la gestión interna y externa, siempre alineado con los valores de la organización.

Por tanto, identificar y elaborar los mensajes basados en los objetivos, necesidades y preocupaciones del público general, es clave para saber comunicar a los diversos grupos de interés. Todo ello concebido entre las principales acciones rectoras.

A su vez, para una efectiva gestión estratégica debe estar la selección de los medios que hay en la provincia, impresos, radiales y televisivos, en streaming, las propias páginas online institucionales en diferentes plataformas de Internet y sus respectivos grupos y comunidades. La familiarización, conocimiento y manejo correcto del canal y mensaje, al tener en cuenta las características individuales será fundamental para garantizar el éxito de la estrategia.

El personal responsable de llevar a cabo las acciones y los plazos, son un punto que tampoco debe quedar a la deriva. Es importante establecer una fecha límite y un responsable para el cumplimiento de cada tarea, con el fin de asegurar la efectividad y eficiencia de la estrategia, además definir el tono de la comunicación para asegurarse de establecer un tono claro y coherente entre los individuos.

También establecer los lineamientos para la terminología y el uso de palabras claves y a su vez conviene incluir por parte de la dirección, una guía sobre el estilo y el tono que se debe emplear en los diferentes tipos de comunicaciones.

Seguir estos pasos, conocerlos, dominarlos e implementarlos bajo la asesoría de la investigadora durante el proceso de estudio, servirá para solucionar problemas institucionales internos, mejorar la confianza externa y visibilizar el

quehacer de los establecimientos de Salud en la provincia como un proceso de calidad. Se podrán mejorar los servicios y la atención al ser escuchados los trabajadores, usuarios y pacientes. Se puede lograr a través de las implementaciones estratégicas relaciones positivas, amigables y de respeto teniendo en cuenta los valores y prácticas.

Conclusiones

Los análisis del estudio permiten llegar a una serie de elementos que describen el estado de los procesos comunicativos de la Dirección Provincial de Salud y la necesidad de implementar estrategias comunicativas como vía para fortalecer la gestión institucional de cada uno de los procesos médicos desarrollados en la provincia, tanto a lo interno como a lo externo.

Aunque la investigación se mantiene en curso en este momento, los datos recogidos refieren el uso de canales mediatizados como el teléfono y correo electrónico, conferencias virtuales y las reuniones presenciales con directivos. Contar con una estrategia de comunicación institucional permitirá unificar la voz de la Dirección Provincial de Salud y mejorar la percepción de la organización por parte de su audiencia objetiva.

El análisis de fuentes teóricas en materia de comunicación y su gestión revelan la sistematización de los términos y el debido tratamiento metodológico por un sinnúmero de académicos, investigadores y prácticos de las Ciencias de la Comunicación, sin embargo, son escasas las integraciones y aplicabilidad encontradas para el estudio y desarrollo de propuestas estratégicas en instituciones del sector de la salud, por ello es fundamental proponer sondeos periódicos que muestren indicadores actualizados y novedosos para un acertado manejo de la gestión de la comunicación.

Referencias bibliográficas

- Alonso, L., y Arcila, C. (2014). *La teoría de Difusión de Innovaciones y su relevancia en la promoción de la salud y prevención de la enfermedad*. *Revista Salud Uninorte*, 30(3), 451-464. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-55522014000300018&script=sci_arttext
- Bécquer Ibáñez, C., Moya Padilla, N., y Dávila Lorenzo, M. (2023). Comunicación para el cambio social: una perspectiva de análisis a través del Programa Radial El Triángulo de la Confianza. *ComHumanitas: Revista Científica De Comunicación*, 14(1), 16-36. <https://comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/372>
- Beltrán, R. (2001). *Promoción de la Salud una Estrategia Revolucionaria cifrada en la Comunicación* [ponencia]. Tercera Conferencia Brasileña de Comunicación y Salud, Universidad Metodista de Sao Paulo, Brasil. <https://www.comunit.com/content/promoci%C3%B3n-de-la-salud-una-estrategia-revolucionaria-cifrada-en-la-comunicaci%C3%B3n>
- Dávila Lorenzo, M., y Lorenzo Suárez, I. (2019). Estrategia de comunicación de la oficina del conservador de la ciudad de Cienfuegos para la educación del valor conservación del patrimonio cultural. *Universidad y Sociedad*, 11(3), 266-273. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1254>
- Dirección General de Salud Pública. (2023). *Informe de Balance DPSP Cienfuegos, Cuba*.
- Gumucio Dragón, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y pensamiento*, 30(58), 26-39. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0120-48232011000100002&script=sci_arttext
- Gumucio Dragón, A. (2018). El derecho a la comunicación. Articulador de los derechos humanos. *Razón y Palabra*, 22(1). <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1151>
- Health Communication Capacity Collaborative (2016). *El "Proceso P' Cinco pasos para la comunicación estratégica*. Baltimore. Centro para Programas de Comunicación de la Facultad de Salud Pública Bloomberg de la Universidad Johns Hopkins. https://healthcommcapacity.org/wp-content/uploads/2016/12/P-Process-Brochure_Spanish.pdf
- Healthy People (2010). *Aportaciones y diferencias entre comunicación en salud. Volumen I* <https://dialnet.unirioja.es>
- Martínez Iglesias, M. I., Iglesias Montero, G., y Dávila Lorenzo, M. (2020). Educación Popular y comunicación para la promoción de salud. *Revista Conrado*, 16(77), 87-92. <https://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado/article/view/1571>
- Organización Mundial de la Salud. (1946). *Carta Fundacional*. <http://envejeceractivos.com>
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). *Orientaciones estratégicas y programáticas para la organización panamericana de la salud*. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/18999>
- Saladrigas, H., y Olivera Pérez, D. (2011). La investigación en Comunicación. Su lugar en Cuba. Medina. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (6), 343-363. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3919750>
- Torres Zermeño, F, y Torres, H. (1995). *Taller de análisis de la comunicación I*. McGraw-Hill.
- Vallejo Peña, F. A., y Pardo Molina, M. (2009). La comunicación vertical: un acercamiento a su problemática en las organizaciones. *Revista internacional de Organizaciones*, (2), 149-168. <https://doi.org/10.17345/rio2.149-168>

El cine de terror y su influencia en la cultura de masas

Horror films and its influence on mass culture

Carlos Francisco Apolo Morán¹

E-mail: carlosapolo198@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8395-7067>

¹Universidad de Guayaquil. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Apolo Morán, C. F. (2024). El cine de terror y su influencia en la cultura de masas. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 74-81. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El cine de terror es un género que ha cautivado y aterrorizado a audiencias de todo el mundo a lo largo de la historia, además de marcar la interrelación entre películas de terror, hegemonía cultural e ideología hegemónica, reflejando los miedos individuales y colectivos, ha abordado cuestiones sociales, políticas y culturales a través de símbolos y metáforas terroríficas que excitan procesos psicológicos y reflexiones filosóficas. Dentro del cine (concebido como arte e industria), el presente artículo, concebido desde la metodología cualitativa, tiene el propósito de analizar este género y sus subgéneros, así como su impacto en la cultura de masas en su doble papel de espectáculo orientado al entretenimiento y de difusor de posturas ideológicas hegemónicas. Se manifiesta tanto su capacidad de desencadenar respuestas psicológicas y plantear preguntas filosóficas, como de ser portador de mensajes políticos e ideológicos. Se reconoce que ha dejado una huella duradera en la cultura popular al proporcionar una plataforma única para explorar, entender y confrontar las cuestiones más acuciantes de la experiencia humana.

Palabras clave:

Cine, Género cinematográfico, Cultura de masas, Ideología, Miedo.

ABSTRACT

Horror cinema is a genre that has captivated and terrified audiences around the world throughout history, in addition to marking the interrelation among horror films, cultural hegemony and hegemonic ideology, reflecting individual and collective fears. It has addressed social, political and cultural issues through terrifying symbols and metaphors that excite psychological processes and philosophical reflections. Within cinema (conceived as art and industry), this article, conceived from qualitative methodology, has the purpose of analyzing this genre and its subgenres, as well as its impact on mass culture in its double role as an entertainment-oriented spectacle and disseminator of hegemonic ideological positions. Its ability to trigger psychological responses and raise philosophical questions, as well as to be a carrier of political and ideological messages, is manifested. It is recognized as having left a lasting mark on popular culture by providing a unique platform to explore, understand and confront the most pressing questions of the human experience.

Keywords:

Cinema, Film genre, Mass culture, Ideology, Fear.

Introducción

El cine de terror ha sido una manifestación artística que ha cautivado y aterrorizado a audiencias de todo el mundo a lo largo de la historia del séptimo arte. Desde sus raíces en los primeros días del cine hasta la actualidad, el género de terror ha desempeñado un papel crucial en la exploración de los miedos más profundos y oscuros de la sociedad. Más allá de simplemente buscar asustar a los espectadores, el cine de terror se ha convertido en un espejo de los miedos socio-culturales y difusor de las posiciones y tendencias políticas e ideológicas de cada época.

Desde las películas clásicas de monstruos de la década de 1930 hasta los escalofriantes thrillers contemporáneos, el cine de terror ha evolucionado de manera constante, adoptando diversas formas y subgéneros cinematográficos. Cada película de terror, ya sea una obra maestra del suspense psicológico o una historia de horror sobrenatural, reflejan no solo los temores individuales, sino también los temores colectivos arraigados en la cultura, así como los vaivenes de las relaciones entre el arte y el poder, omnipresente en todos los periodos históricos.

En el caso del cine (concebido como arte e industria) se debe analizar la interrelación entre las películas de terror y la hegemonía cultural, en la medida que rechazan o se adhieren a la ideología hegemónica. En este sentido, se hace el análisis de las películas de este género y de su impacto en la cultura de masas, parafraseando las ideas del pensador italiano Antonio Gramsci, al decir que la hegemonía no solo se fundamenta en mecanismos coercitivos y/o violentos, sino también en la capacidad de la clase en el poder para crear un modelo dominante de cultura y de pensamiento.

En los tiempos actuales, dicha capacidad deviene prioridad en medio de una lucha silenciosa que se desarrolla en el campo de la cultura (en este caso, del cine) y, de los medios sociales de comunicación, donde el cine de terror (además de entretener), permite explorar los recovecos de la ideología, las ideas, epistemologías y axiologías de la sociedad actual, sin renunciar a su principal objetivo: contar historias de miedo.

Desde los icónicos monstruos clásicos hasta las narrativas contemporáneas que desafían las convenciones, el cine de terror continúa siendo un medio poderoso que cautiva a las audiencias al ofrecer una experiencia única de miedo y reflexión cultural. En este fascinante viaje a través de las sombras, el cine de terror no solo asusta, sino que también invita a explorar los recovecos más oscuros de la psiquis colectiva.

La historia del cine de terror, descubre cómo las películas han canalizado los temores históricos, políticos y tecnológicos, proporcionando a las audiencias una vía para enfrentar y reflexionar sobre sus miedos más profundos. Así, el cine de terror no solo invita a experimentar emociones intensas y a menudo perturbadoras, sino que también sumerge al espectador en una reflexión más profunda sobre la naturaleza humana y las complejidades de la sociedad.

El presente artículo, tiene el propósito de analizar el cine de terror y sus subgéneros, así como su impacto en la cultura

de masas en su doble papel de espectáculo orientado al entretenimiento y de difusor de posturas ideológicas hegemónicas.

Materiales y métodos

Se sustenta en una metodología cualitativa con un alcance descriptivo. Se aplica la revisión bibliográfica documental y el análisis de contenido de algunos filmes, seleccionados por su alto impacto dentro de la categoría de terror.

Resultados-discusión

El término cinematografía es un neologismo nacido en las postrimerías del siglo XIX, integrado por las palabras griegas kiné, para significar el movimiento y grafos, a fines de definir la naciente técnica y arte de captar y proyectar imágenes en movimiento; también conocido como cinematógrafo o más popularmente por su abreviatura cine, binomio artístico/industrial que ha evolucionado mucho desde la fecha referencial del 28 de diciembre de 1895, cuando los Auguste y Louis Lumière, proyectaron al público sus primeras películas en la ciudad de París (Sánchez-Noriega, 2002).

En el tracto evolutivo del cine ha pasado por diversas transformaciones en cuanto a sus formas de hacer, propuestas estéticas y tecnológicas, desde sus inicios como cine silente a finales del siglo XIX, la incorporación del sonido y el color a partir de la tercera década del siglo XX, hasta el cine digital del siglo XXI; evidentes a través de diferentes géneros cinematográficos, clasificación convencional de las películas atendiendo al tema general que trata (Sánchez-Noriega, 2002).

Según este autor, el género cinematográfico hace presuponer un acuerdo tácito entre el observador y el exhibidor, condicionando la interrelación entre la expectativa psicológica del observador y la película que va a mirar; en otras palabras, el género constituye una especie de guía para influir en el comportamiento del espectador, de forma tal que pueda reír (si el género es la comedia), llorar (si el género es dramático), asustarse (si el género es el terror), asombrarse (si el género es fantástico) y así sucesivamente; aunque adicionalmente, es de utilidad para reconocer determinados contenidos, espacios, situaciones, paradigmas, etc. que el espectador espera hallar en la película.

Al parecer, no basta con la clasificación de las películas de acuerdo al género cinematográfico, esta es acompañada por otras sub-clasificaciones, las cuales siguiendo las obras de Sánchez-Noriega (2002) y Herrera (2005); pueden agruparse de varias maneras:

Por su estilo:

- Comedia: enfocadas fundamentalmente en argumentos divertidos o entretenidos, intencionados a inducir sensaciones de buen humor y/o risa en el observador.
- Drama: centradas esencialmente en el desarrollo de una trama entre el(s) actor(s) protagónico(s) con otras personas o situaciones del entorno que lo rodea.
- Melodrama: similar al drama, pero con énfasis en la carga emocional.

- **Acción:** enfocadas fundamentalmente en resaltar la lucha o interacción que implica un juicio moral ente el bien y el mal, donde triunfa el primero por el uso de la fuerza.
- **Ciencia ficción:** centradas esencialmente en una trama que se desarrolla en un futuro inmediato o lejano.
- **Fantasia:** contrario a la ciencia ficción, el argumento se desarrolla en el pasado, incorporando la magia, la mitología y otros recursos sin una base científica.
- **Suspense (en habla hispana) o suspense o thriller (en idioma inglés):** enfocadas fundamentalmente en argumentos sórdidos o complejos, intencionados a inducir la sensación de tensión y nerviosismo en el observador.
- **Terror:** centradas esencialmente en el desarrollo de una trama sórdida y/u horripilante, con la intencionalidad inducir sensaciones como el miedo o pavor, la tensión, y/o el sobresalto en el espectador.

Por su ambientación:

- **Bélico:** cuya trama se desarrolla en ambientes o tiempos de guerra.
- **Histórico:** cuando el argumento trata de hechos o personajes pasados, generalmente con intención de ofrecer un punto de vista de recreación histórica.
- **Biográfico:** cuando el argumento se enfoca en la vida u obra de un personaje.
- **Catastrofista:** cuya trama aborda acontecimientos catastróficos para la humanidad, tales como: terremotos, tsunamis, erupciones volcánicas, pandemias y/o epidemias, grandes accidentes industriales, etc.
- **De explotación:** cuando el argumento trata sobre un tema polémico, delicado, sensacionalista o moralmente dudoso.
- **Policiaco:** cuya trama se basa en la acción entre el crimen y los cuerpos policiales, que encarnan la lucha entre el bien y el mal.
- **Erótico:** cuando el argumento trata el desnudo en las relaciones amorosas, pero enfocados en su aspecto artístico, moral o filosófico.
- **Oeste (en habla hispana) o western (en idioma inglés):** cuya trama recrea personajes o acontecimientos de la época de expansión y colonización de las regiones occidentales de los Estados Unidos de América.

Por su formato o producción industrial:

- **Cine mudo:** películas comprendidas entre 1895 y 1937, las que no tenían sonido.
- **Cine sonoro:** películas que integran audio y video en la misma cinta a partir del año 1937.
- **Cine de serie B:** bajo esta denominación se incluyen películas de bajo presupuesto, que entre los años 1930 y 1960 podían verse varias de ellas al precio de una entrada. Se consideran películas de consumo rápido u obras efímeras que, sin embargo, aportan a la formación de un ideario axiológico a escala.

Cine en tercera dimensión:

Por supuesto, estas sub-clasificaciones no agotan la cantidad de géneros y sub géneros surgidos en materia cinematográfica, pues aún es posible hablar de tipos de cine como: negro, costumbrista, de artes marciales, religioso, de aventuras, experimental, musical, surrealista y muchos otros.

A modo de resumen, se puede definir el género cinematográfico como un conjunto de películas que independientemente a su estilo, ambientación, formato o producción industrial, tienen en común elementos fácilmente identificables, tales como: narrativos, estéticos, temáticos, estructurales y tantos otros, que interactúan entre sí y permiten vincular determinada película con otras que forman dicho género (Sánchez-Noriega, 2002).

En palabras de Herrera (2005); puede definirse el género cinematográfico como una clasificación que abarca personajes, estructuras narrativas, temas, cuestiones formales y elementos pictóricos que a lo largo del tiempo se convierten en un entramado convencional de expectativas del espectador y propuestas del realizador de la película, marcando pautas en cuanto a preferencias y tendencias en un contexto cultural e histórico dado.

Acercas de este último aspecto, debe tomarse en cuenta que las películas reflejan intereses, circunstancias y tendencias del período histórico que tratan de mostrar, tanto como los intereses, la ideología y las tendencias de la sociedad que las produce, como se deduce de la obra: *Estética y Semiótica del cine*, escrita por Yuri M. Lotman:

Un film pertenece a la lucha ideológica, a la cultura y al arte de su época. Esas características ponen al film en contacto con muchos aspectos de la realidad situados al margen del texto físico y que dan origen a toda una serie de significaciones que para el hombre contemporáneo y para el historiador son a veces más esenciales que los problemas estrictamente estéticos. (Lotman, 1979, p. 38)

De este planteamiento se deriva el carácter social del cine, el cual se reafirma por el criterio de Pacelli (2023); al expresar que de un modo u otro, el cine es capaz de impactar profundamente en la vida social y de mostrar las tendencias políticas, ideológicas, filosóficas y psicológicas que tratan de prevalecer en el contexto en que se desarrolla, que en el caso del género de terror se canalizan a través de argumentos enfocados en crear sensaciones de horror, pavor, miedo, disgusto, repugnancia, incomodidad y/o rechazo en el espectador.

Con ello parece coincidir Noël Carroll, autor de la obra *Filosofía del terror o paradojas del corazón*; comentada en Simbron (2023); para quien el horror no es solo un asunto relacionado con la psicología o la epistemología, sino una intencionalidad fuertemente ideológica que los diferentes argumentos de terror delimitan el orden basado en reglas y/o hace énfasis u omite deliberadamente el carácter represivo de ese orden; que es posible observar en la manera de mostrar lo antinatural/antisocial de lo monstruoso y

en la forma en que es neutralizado por los personajes que representan el orden establecido.

Ese carácter tendencioso hacia lo histórico, lo político, lo ideológico, lo filosófico y lo psicológico, puede observarse en los albores del cine de terror, ya a finales del siglo XIX, Georges Méliès, considerado pionero del cine, exploró temas fantásticos y sobrenaturales en películas como: *El castillo encantado*, exhibida en el año 1896. Sin embargo, fue en la década de 1920 cuando el género empezó a tomar forma con películas como *El gabinete del Dr. Caligari* del año 1920, dirigida por Robert Wiene, que introdujo elementos expresionistas y narrativas psicológicas (Martínez, 2020).

Según el mismo autor, el género de terror ha sido ideal para explotar al máximo estas tendencias, debido a que se ha enfocado en exacerbar las angustias existenciales del día a día, desnudar temores individuales y colectivos y potenciar el miedo a todo lo que resulte ajeno, extraño o contrapuesto al orden basado en reglas. Con esta intención, la incursión de lo monstruoso o antinatural en la rutina cotidiana, invariablemente hace pensar en la necesidad de restablecer el orden "normal" que ha sido quebrantado y que emplea el terror para causar efectos emocionales en los espectadores.

A través de ese mecanismo de constante tensión entre el orden y la monstruosidad puesto en práctica por el cine de terror, se muestran problemas que han sido ocultados o tergiversados por la ideología que guía las relaciones de poder hegemónico que se construyen en el contexto social, político y cultural (Del Río y Sétula, 2023); habida cuenta de las ideas de Gramsci (1985), acerca de que la hegemonía de una clase social no consiste solo en el ejercicio de la violencia, sino además en su capacidad para construir y mantener un modelo dominante de cultura y de pensamiento; afirmación muy vigente en la actualidad, pues para el neoliberalismo, la revolución cultural constituye una prioridad, cuyas batallas se libran en el campo de las artes (entre ellas, el cine) y de los medios masivos de comunicación.

Esto es aplicable a la llamada edad de oro del cine de terror en la década de 1930 con películas consideradas clásicas, como *Drácula* y *Frankenstein*, ambas del año 1931, que establecieron hitos en el género con sus monstruos icónicos; el cual experimentó su consolidación con películas como *El hombre invisible*, del año 1933 y *La mujer pantera*, del año 1942.

En los años 50, el cine de terror se diversificó con la ciencia ficción y la paranoia nuclear, como se refleja en *El día que la Tierra se detuvo* del año 1951 y *Godzilla* del año 1954; por su parte, en el año 1960 se popularizó la película de horror psicológico *Psicosis*, del director británico Alfred Hitchcock y otras producciones cinematográficas de contenido catastrofista o apocalíptico, direccionadas a resaltar las tendencias políticas, ideológicas y filosóficas occidentales, en medio de la llamada Guerra Fría (Martínez, 2020).

Los años 70 y 80 trajeron un cambio hacia el horror moderno y visceral, con películas como *El exorcista* exhibido en 1973, *Halloween* del año 1978, seguida por *Viernes 13*, del año 1980; mientras que en la década de 1990 causó

sensación el thriller sobrenatural *El sexto sentido*, exhibida en 1999, por solo citar algunos ejemplos.

En el siglo XXI, el cine de terror ha experimentado una amplia gama de subgéneros, que se sucedido en dependencia de los avatares políticos y económicos, signados por el derrumbe del socialismo real y los sucesivos cambios que azuzaban fantasmas y temores a una sociedad globalizada, precaria e inestable; cuestión que se agudiza tras los sucesos del 11 de septiembre de 2002 y trastocan las claves ideológicas del cine de terror, donde la tortura, la frontera, el mal y el heroísmo redefinen el rol de la violencia individual e institucional (Del Río y Sétula, 2023); y que pueden apreciarse en películas de horror social y psicológico como *El Babadook* del año 2014 y *Déjame salir* fechada en 2017.

Analizar la evolución del cine de terror es tratar de entender por qué sigue desafiando y cautivando a las audiencias, explorando nuevos miedos, ideas y valores que una sociedad convierte en monstruosas y que obliga a reinterpretar un pasado aun no superado, para adaptarse a las realidades políticas, ideológicas, filosóficas y culturales de un presente en continuo cambio y un futuro dudoso.

El cine de terror es un vasto universo que se ramifica en una diversidad de subgéneros como: cine de monstruos, de animales, de vampiros, de zombis, terror psicológico, slasher, terror cósmico, paranormal, maldición, folk horror, splatter o gore, metraje encontrado y otros, que se mezclan entre sí, aunque comparten el objetivo de construir "una atmósfera entorno al miedo y el misterio" (Simbron, 2023, p. 5).

Volviendo a las obras de Sánchez-Noriega (2002), Herrera (2005), y Martínez (2020); se explican sintéticamente algunos de los subgéneros del cine de terror:

- Terror psicológico: se centra en la manipulación de la mente y las emociones del espectador para crear una atmósfera intensamente inquietante. A diferencia de los sustos convencionales, el terror psicológico se sumerge en las profundidades de la psiquis humana, explorando los miedos internos, las ansiedades y las percepciones distorsionadas de la realidad. Se caracteriza por tramas intrincadas, personajes complejos y la creación de un ambiente opresivo que provoca la inquietud y la paranoia en la audiencia. A menudo, las amenazas no son tangibles, sino que residen en la mente de los protagonistas, desafiando las fronteras entre lo real y lo imaginario y dejando a los espectadores en un estado de suspenso psicológico que perdura más allá de la pantalla. El terror psicológico busca perturbar no solo la experiencia visual, sino también la percepción misma del espectador, explorando los temores más profundos y perturbadores que residen en la mente humana. Ejemplos de este subgénero son películas como *Misery* dirigida por Rob Reiner y *El Resplandor* del director Stanley Kubrick.
- Slasher: este término se deriva de la palabra slash procedente del idioma inglés, que en español se traduce como: corte o cuchillada. Como subgénero de terror, se distingue por su enfoque en asesinatos violentos y sangrientos, generalmente llevados a cabo por un

antagonista enmascarado o misterioso. Estas películas a menudo siguen a un grupo de personajes jóvenes que son perseguidos de manera implacable, creando una tensión palpable y escenas impactantes. Estas cintas suelen explorar las dinámicas de supervivencia y confrontar los miedos relacionados con la vulnerabilidad humana ante las amenazas. Entre las películas más emblemáticas del slasher se hallan las mencionadas *Halloween*, del director John Carpenter; y *Viernes 13*, dirigida por Sean S. Cunningham.

- Horror folclórico (en habla hispana) o folk horror (en idioma inglés): explora las manifestaciones del horror en contextos rurales, naturales y apartados, sus películas suelen sumergirse en las tradiciones y supersticiones locales, destacando elementos de mitología, rituales paganos y la conexión íntima entre la naturaleza y lo sobrenatural. El folk horror a menudo se desarrolla en entornos aislados, como pueblos pequeños o áreas rurales remotas, donde la tensión se construye a medida que los personajes se enfrentan a fuerzas misteriosas arraigadas en la herencia cultural y en las sombras del pasado. Este subgénero busca evocar un sentido de lo primitivo y desconocido, explorando cómo las creencias ancestrales y la relación con la tierra pueden convertirse en fuentes profundas de temor y terror. El *Hombre de Mimbre*, dirigida por Robin Hardy es un claro ejemplo de este subgénero que se ha convertido en un clásico del cine de terror y es admirada por su narrativa única y su enfoque en el folclore y el culto pagano.
- Maldición: se centra en historias en las que un maleficio, hechizo o condena sobrenatural se convierte en el núcleo de la trama. Estas películas exploran las consecuencias mortales o terroríficas que enfrentan aquellos que incurren en la ira de una maldición, a menudo transmitida de generación en generación. Los personajes principales se ven atrapados en una lucha desesperada contra las fuerzas ocultas que buscan venganza o causan estragos en sus vidas. Las maldiciones pueden manifestarse de diversas maneras, desde entidades malévolas y eventos paranormales hasta transformaciones físicas y psicológicas. Este subgénero del terror juega con la idea de la inevitabilidad y la imposibilidad de escapar del destino siniestro que acompaña a la maldición, añadiendo capas de suspenso y horror a la narrativa. Ejemplos de este subgénero son películas como *La momia* dirigida por Stephen Sommers, e *Insidious*, del director James Wan.
- Terror cósmico: se caracteriza por explorar la insignificancia humana frente a fuerzas sobrenaturales o seres cósmicos de escala monumental e incomprensible. Estas películas a menudo se inspiran en el trabajo de escritores como Lovecraft, cuyas historias presentan entidades sobrenaturales más allá de la comprensión humana, desafiando las fronteras de la realidad y llevando a los personajes a enfrentarse a lo inexplicable. El terror sobrenatural evoca un sentido de misterio y maravilla, a la vez que inspira temor ante la vastedad del universo y la posibilidad de que existan fuerzas que superan cualquier comprensión humana. Este subgénero busca provocar una sensación de horror existencial al explorar la idea de que la humanidad es solo una pequeña parte

de un cosmos desconocido y a menudo hostil. Ejemplos de este subgénero son películas como *Presencias extrañas*, de los directores Charles y Thomas Guard, y *Prometheus*, dirigida por Ridley Scott.

- Terror paranormal: se enfoca en narrativas que exploran fenómenos inexplicables, experiencias sobrenaturales y la presencia de entidades fantasmales o espirituales. Estas películas juegan con la tensión entre el mundo visible y el invisible, sumergiendo a los personajes y al público en situaciones donde fenómenos sobrenaturales y experiencias paranormales trascienden las fronteras culturales y desafían las leyes de la realidad. Los elementos clave incluyen fantasmas, posesiones demoníacas, actividad poltergeist y otros fenómenos más allá de la explicación científica y que suelen formar parte de diversas mitologías, creencias y leyendas locales, integrándolas en tramas que resuenan con audiencias de diferentes culturas. Este subgénero busca crear una experiencia de terror universal al explorar temores compartidos relacionados con lo desconocido y lo sobrenatural, independientemente de las diferencias culturales. Entre las películas de este subgénero se hallan *Posesión*, dirigida por Joel Bergvall y Simon Sandquist, y *Paranormal Entity*, dirigida por Shane Van Dyke.
- Cine splatter o cine gore: se caracteriza por su énfasis en la representación explícita y gráfica de la violencia, las mutilaciones y las escenas sangrientas. Estas películas buscan impactar al espectador a través de imágenes extremadamente detalladas y realistas de la mutilación del cuerpo humano, a menudo utilizando efectos especiales elaborados para crear momentos visuales intensamente impactantes. A diferencia de otros subgéneros que sugieren el horror más que mostrarlo, el cine splatter o cine gore se sumerge en lo visceral, buscando provocar respuestas físicas y emocionales fuertes. Si bien el gore puede formar parte de diversas narrativas de terror, las películas centradas en este subgénero tienden a destacarse por su enfoque sin restricciones en la representación gráfica de la violencia, desafiando las convenciones tradicionales y llevando el impacto visual al extremo. Entre las películas de este subgénero se pueden mencionar *Blood Feast*, dirigida por Herschel Gordon Lewis, y *The Evil Death*, dirigida por Sam Rami.
- Terror con animales: Este subgénero se sumerge en los miedos primordiales asociados con las bestias y criaturas del reino animal. En estas películas, los protagonistas enfrentan amenazas aterradoras provenientes de criaturas que van desde insectos y arácnidos hasta peces, aves y mamíferos salvajes. Aquí se juega con los temores ancestrales de la humanidad hacia la naturaleza y su capacidad para convertirse en una fuerza destructiva e incontrolable. Las tramas a menudo presentan situaciones en las que los animales, motivados por factores como experimentos científicos, desastres naturales o mutaciones genéticas, se convierten en depredadores mortales, desencadenando el caos y la lucha por la supervivencia humana. A través del terror con animales, estas películas exploran la fragilidad de la posición humana en la cadena alimentaria y despiertan temores arraigados en el instinto de supervivencia

ante las amenazas que el reino animal puede representar. Entre las películas de este subgénero se hallan *Cujo*, del director Lewis Teague, y *Los pájaros*, dirigida por Alfred Hitchcock.

- **Metraje encontrado** (en habla hispana) o **found footage** (en idioma inglés): busca crear una experiencia impactante y realista al presentar la historia como si fuera material documental auténtico. Estas películas pretenden que el espectador sea testigo directo de eventos aterradores, utilizando una apariencia de autenticidad a través de la grabación aficionada o la simulación de archivos descubiertos. Por lo general, se utiliza una narrativa de primera persona para sumergir al público en la trama, y la falta de una banda sonora tradicional contribuye a aumentar la sensación de realismo. Este subgénero se ha vuelto especialmente popular con el auge de la tecnología digital, permitiendo una mayor facilidad en la creación de apariencia auténtica y la difusión de estas películas como registros reales. Desde fenómenos paranormales hasta encuentros con criaturas desconocidas, el terror del metraje encontrado busca generar miedo a través de la inmersión y la suspensión de la incredulidad. Entre las películas de este subgénero se mencionan la polémica *Holocausto Caníbal*, dirigida por el italiano Ruggero Deodato, presentada como un falso documental, notoria por su representación gráfica de violencia, tortura y canibalismo, lo que la llevó a ser prohibida en varios países y a generar debate sobre la ética y la censura en el cine, y *The Last Horror Movie*, del director Julian Richards.

Los subgéneros del cine de terror exploran la psiquis humana desde diferentes perspectivas, desafiando y deleitando a las audiencias con una gama variada de emociones. Desde los escalofríos del horror sobrenatural hasta las tensiones del suspenso psicológico, cada subgénero del cine de terror se convierte en un viaje fascinante hacia lo desconocido, revelando los rincones más oscuros de la imaginación y la condición humana.

A partir de los trabajos de Herrera (2005) y Pacelli (2023); se puede inferir que el cine de terror ha ejercido un impacto profundo y multifacético en la cultura, influyendo tanto a nivel psicológico (sensaciones de miedo, repugnancia, y/o rechazo en el espectador durante y después del visionaje de la película), como filosófico (reflexiones sobre la naturaleza del miedo, la moralidad y la existencia humana); como un medio de transmitir posturas políticas e ideológicas “en una sociedad donde reina la incertidumbre, la inseguridad y el peligro (Martínez, 2020).

Aunque generalmente se toma al cine de terror como un género cinematográfico menor, no es desdeñable el papel que ha jugado como canalizador de posturas políticas e ideológicas (Pacelli 2023) en la cultura de masas, conceptualizada como un proceso activo y dinámico, en el que interactúan diversos sectores sociales (Martínez, 2020); o conjunto de representaciones que asumen los caracteres de la cultura popular y expresan las experiencias y la vida cotidiana de las grandes masas populares que consumen sus producciones y que constituyen su principal foco de atención (Díaz, y García, 2023).

Aunque según Del Río y Sétula (2023); también puede ser concebida como un campo de batalla, donde el discurso ideológico hegemónico trata de imponerse a otras posiciones ideológicas, sean consolidadas o emergentes. Con esta visión, la cultura de masas está fuertemente influenciada por determinadas industrias etiquetadas ‘culturales’ y que controlan la realización y comercialización global de ideas, mitos e ilusiones, en este último sentido se puede considerar como cultura popular, un campo fértil donde las producciones del género de terror aplican reglas, gustos y lógica propias, pero también están atentos a las dinámicas de la vida social.

Para ilustrar el mecanismo de influencia de este género cinematográfico en la ideologización a través de inducciones psicológicas y filosóficas, a partir de los trabajos de Martínez (2020), Montórfano (2021), y Pacelli (2023); se realiza un ordenamiento apriorístico de dos etapas por las que ha transitado el cine de terror:

Desde 1930 hasta 2000: en este largo período el cine de terror construye y reconstruye (remakes) películas argumentadas en fantasmas y casas encantadas, el found footage, maldiciones, posesiones y catástrofes caracterizadas por su carga narrativa y la utilización del terror como espectáculo visual de masas, acentuada en los últimos años del siglo XX con películas dirigidas a la relación con el entorno virtual y la prisión; que en su conjunto, tratan de transmitir motivos ideológicos como los problemas familiares, la exclusión en la era digital, la desconfianza hacia los medios de información, la vulnerabilidad ante la expansión del capital global, el misticismo y la trascendencia de la vida humana. En la Figura 1 se puede observar una fotografía promocional de la película *El exorcista*, considerada un clásico del subgénero de las posesiones demoniacas, demonio que, en este caso, puede ser subliminalmente asociado con la ideología comunista de la época.

Fig 1: Fotografía promocional de la película *El exorcista*



Fuente: Universal Pictures

A partir de 2001: esta etapa se inicia convencionalmente con los atentados a las torres gemelas el 11 de septiembre 2001, cuyas consecuencias más notorias son la transformación del pacto social anterior hacia otro basado en el miedo y el fortalecimiento del poder del Estado. En el campo de la cultura, ambas consecuencias derivan una fractura respecto a las producciones anteriores y la relación del discurso artístico nacional, donde el cine de

terror asume y magnifica el clima de desconfianza hacia todo lo que contradiga el mito de la excepcionalidad estadounidense, difundiendo la idea de aislamiento del resto del mundo, en tanto espacio desordenado, corrupto y amenazante.

Así, la dicotomía socio-política: miedo/Estado poderoso, se entroniza como tema central en el cine de terror para tratar de promover valores ideológicos y justificar tanto conflictos bélicos, como el creciente fanatismo político y religioso, principalmente a través de películas que destacan la violencia individual, grupal, institucional y/o estatal; la tortura; el heroísmo, los límites y fronteras y, la lucha entre el bien y el mal. En la Figura 2 se puede observar una fotografía promocional de la película Imperio del Fuego, donde se observa la imagen de un héroe estadounidense, salvando a los ingleses del ataque de un dragón.

Fig 2: Fotografía promocional de la película Imperio del Fuego



Fuente: Warner Bros. Pictures

En los diversos subgéneros de terror y sus combinaciones se puede observar el doble papel del cine de terror: a) como espectáculo orientado al entretenimiento y a desencadenar respuestas emocionales intensas, explorando los miedos más arraigados de la audiencia y proporcionando una vía para enfrentar, de manera controlada, lo desconocido y lo aterrador; b) como un género del cine que difunde determinadas posturas ideológicas consideradas hegemónicas (Pacelli 2023); en la cultura de masas o cultura popular (Martínez, 2020; Díaz y García, 2023).

En este contexto, vale la pena retomar las ideas de Gramsci para proponer una definición propia sobre la ideología, considerada como proceso complejo que trata de hallar el origen de las ideas y su análisis a partir de herramientas provistas por la psicología y la filosofía, desde las perspectivas de los procesos históricos y la evolución del orden de una sociedad.

El cine de terror, en tanto entretenimiento, se apropia de la psicología para infundir en los observadores variadas respuestas emocionales en función del miedo, que al decir de Martínez (2020); es irracional, pues no requiere de explicaciones razonadas y provoca ansiedad ante la perspectiva no hay Estado o sociedad que pueda ayudar a los individuos para enfrentar sus miedos ante la posibilidad de amenazas como un desastre nuclear, el cambio climático, el terrorismo, los avances tecnológicos, etc.

Mecanismo psicológico que, desde la perspectiva antropológica social, el cine de terror analizado como espectáculo o entretenimiento, a través del miedo explora los lugares más oscuros de la psiquis humana, en tanto cataliza amenazas internas, ayuda a descubrirlas y permite comprender [no evadir] la realidad (Montórfano, 2021); ya que el miedo es inherente al ser humano, condicionado no es solo por la psiquis, sino también por diversidad de factores externos (Mérida et. al., 2022).

El miedo individual como producto de un complejo proceso psicológico interno del ser humano condicionado por innumerables factores externos también se manifiesta a escala social cuando se disminuye la percepción de seguridad, de modo que el rechazo o el simple desconocimiento de la realidad objetiva puede generar un clima de inseguridad que se traduce casi inmediatamente en miedo o terror colectivo (Mérida et. al., 2022).

De acuerdo a los trabajos de Montórfano (2021), Del Río y Sétula (2023), y Pacelli (2023); se puede deducir la existencia de miedos individuales y miedos colectivos que afectan a una sociedad en su conjunto, y que se pueden identificar por factores, tales como: la extensión territorial, la persistencia, la penetración (por partes o el total de la sociedad), el comportamiento (resiliencia, confrontación, acciones violentas, reacción ideológica, subversión, etc.) y otros que actuando masivamente, pueden desembocar en la llamada universalización del miedo.

Ambas formas de miedo, pueden ser (y lo son) explotadas por el cine de terror mediante la sangre, el puñal, las heridas, los gusanos, las garras y, otros tantos símbolos; a sabiendas que básicamente, todas ellas tienen su raigambre en el mismo miedo a la muerte, a la enfermedad o a la degradación del cuerpo humano, a través de mecanismos netamente antropológico, incluso psico-biológico: la repulsión innata e inmediata hacia lo escatológico (Montórfano, 2021).

El cine de terror ha sido un reflejo de los miedos individuales y colectivos en distintas épocas, abordando cuestiones sociales, políticas y culturales a través de símbolos y metáforas terroríficas; desde los tiempos iniciáticos hasta las narrativas contemporáneas que exploran los miedos, desvelan los temores cambiantes de la sociedad y; a través de metáforas y alegorías, ha alimentado reflexiones filosóficas sobre temas como: la naturaleza del miedo, la moralidad, la existencia humana, la dicotomía entre el bien y el mal y, otras.

El cine de terror, en su doble papel de espectáculo orientado al entretenimiento y difusor de determinadas posturas ideológicas consideradas hegemónicas, ha mostrado tanto su capacidad de desencadenar respuestas psicológicas intensas y plantear preguntas filosóficas profundas, como de ser portador de mensajes políticos e ideológicos; sin embargo se debe reconocer que ha dejado una huella duradera en la cultura popular al proporcionar una plataforma única para explorar, entender y confrontar las cuestiones más acuciantes de la experiencia humana

Conclusiones

El cine de terror no solo ha influido en la cultura de masas, sino que también ha dejado una marca indeleble en los procesos políticos e ideológicos que se han desarrollado en el curso de la historia, así como la visión crítica de la sociedad ante los diversos miedos que ha enfrentado y enfrenta. A lo largo de las décadas, estas películas han trascendido su función inicial de entretenimiento para convertirse en herramientas de exploración filosófica, social y psicológica, a través del miedo. El impacto cultural del cine de terror se refleja en su capacidad para abordar y afrontar los miedos universales, proporcionando una vía para entender las complejidades de la existencia humana y confrontar los temores colectivos.

Desde el surgimiento de monstruos clásicos que personificaban ansiedades culturales hasta las narrativas contemporáneas que exploran la tecnología y el cambio social, el cine de terror en su papel de espectáculo orientado al entretenimiento ha mostrado tanto su capacidad de desencadenar respuestas psicológicas intensas y plantear preguntas filosóficas profundas, que han sido espejo espacial-temporal de los temores cambiantes de la sociedad y contribución a la narrativa cinematográfica.

El cine de terror en su papel de difusor de determinadas posturas y tendencias ideológicas hegemónicas, también ha demostrado eficacia como portador de mensajes políticos e ideológicos, a través de metáforas, simbolismos y alegorías capaces de provocar emociones y reflexiones durante y después del visionaje cinematográfico, demostrando ser mucho más que un género de entretenimiento. Este género, es una forma de arte que ha dejado un impacto duradero en la cultura de masas y en la forma en que la sociedad reflexiona sobre sus miedos y anhelos más profundos.

Referencias bibliográficas

- Del Río, E., y Sétula, R. (2023). El miedo y su rol en el orden social. *Comunicación y Hombre*, (19), 157-174. <https://portalderevistas.ufv.es/index.php/comunicacionyhombre/article/view/778>
- Díaz, P.E., y García, L. A. (2023). El discurso del miedo: por qué nos convence más la emoción que la razón. *Comunicación y Hombre*, (19), 91-108. <https://portalderevistas.ufv.es/index.php/comunicacionyhombre/article/view/768>
- Herrera, J. (2005). *El cine. Guía para su estudio*. Alianza Editorial.
- Martínez, L. (2020). Evolución en el cine de terror y los miedos en la sociedad posmoderna, [tesis de grado, Universidad de Alicante]. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/107880>
- Mérida, S., Quintana, C., Hints, T., y Extremera, N. (2022). Inteligencia emocional y apoyo social de los docentes: explorando cómo los recursos personales y sociales se asocian con la satisfacción laboral y las intenciones de dejar el trabajo. *Revista de Psicodidáctica*, 27(2), 168-175. <https://ojs.ehu.es/index.php/psicodidactica/article/view/25013>
- Montórfano, S. (2021). *Pensarnos desde nuestros miedos: un abordaje antropológico al cine de terror y la cuestión de lo real*, [ponencia]. XII Congreso Argentino de Antropología Social, Buenos Aires, Argentina.
- Lotman, Y. (1979). *Estética y Semiótica del cine*. Gustavo Gili.
- Pacelli, D. (2023). El papel del miedo en los fenómenos colectivos: El miedo a los demás y la necesidad de la sociedad entre la política y la información. *Comunicación y Hombre*, (19), 27-38. <https://portalderevistas.ufv.es/index.php/comunicacionyhombre/article/view/759>
- Sánchez-Noriega, J. L. (2002). *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Alianza Editorial.
- Simbron, W.J. (2023). *La narrativa visual y la interfaz diegética para la construcción mental del monstruo en el usuario, en los videojuegos de horror cósmico*, [tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/668432>



Recibido: 14/11/2023

Aceptado: 19/1/2024

Desafíos éticos de Facebook en el respeto a la reputación personal en la ciudad de Puyo

Ethical challenges of Facebook in respect for personal reputation in the city of Puyo

Miguel Eduardo Velastegui¹

E-mail: direccionpuyo@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1433-0839>

Alex Wellington Paredes Suarez¹

E-mail: dp.alexwps63@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8030-527X>

Jean Carlos Naranjo Guerra¹

E-mail: dp.jeancng22@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0144-8306>

¹Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Puyo. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Velastegui, M. E., Paredes Suarez, A. W., Naranjo Guerra, J. C. (2024). Desafíos éticos de Facebook en el respeto a la reputación personal en la ciudad de Puyo. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 82-89. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La presente investigación examina los desafíos éticos que plantea Facebook en relación con el respeto al honor y el buen nombre de los individuos. Se destaca la transformación digital que ha llevado a una redefinición de la identidad personal en línea, afectando la percepción de la reputación. Se analiza cómo la viralización instantánea de información en la plataforma puede influir negativamente en el respeto al honor, exponiendo a las personas a la opinión pública de manera inesperada. Además, se exploran los dilemas éticos en torno a la difamación y la responsabilidad compartida entre los usuarios y la plataforma. El estudio también evalúa las medidas implementadas por Facebook para proteger la reputación personal, identificando lagunas y desafíos persistentes en la preservación del buen nombre en un entorno digital dinámico.

Palabras clave:

Redes sociales, Violación de derechos, Integridad personal, Reputación personal.

ABSTRACT

The present research examines the ethical challenges that Facebook poses in relation to respect for the honor and good name of individuals. The digital transformation stands out, which has led to a redefinition of personal identity online, affecting the perception of reputation. It analyzes how the instantaneous viralization of information on the platform can negatively influence respect for honor, exposing people to public opinion in an unexpected way. Additionally, ethical dilemmas around defamation and shared responsibility among users and the platform are explored. The study also evaluates the measures implemented by Facebook to protect personal reputation, identifying gaps and persistent challenges in preserving good name in a dynamic digital environment.

Keywords:

Social networks, Violation of rights, Personal integrity,

Introducción

En la actualidad, las redes sociales han permeado prácticamente todos los aspectos de la vida cotidiana, transformando la manera en que las personas se comunican, comparten información y construyen sus identidades digitales. Plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok han creado un entorno interconectado donde la instantaneidad y la globalización definen la experiencia social. El uso masivo de estas redes ha democratizado la difusión de información, permitiendo que voces antes marginadas encuentren una audiencia global, aunque también plantea desafíos en términos de veracidad y control de la desinformación (Lobo et. al., 2023).

El uso de redes sociales se ha convertido en una herramienta fundamental para la expresión individual, la creación de comunidades y la participación en diálogos globales. Desde la política hasta la cultura pop, estas plataformas moldean las conversaciones contemporáneas y sirven como canales para la creación y distribución de contenidos. Sin embargo, este protagonismo no está exento de críticas, ya que se ha señalado el impacto en la salud mental, la privacidad y la proliferación de noticias falsas como preocupaciones centrales en la era de las redes sociales (Anarte, 2020).

La publicación de contenido visual y la narración de historias personales han adquirido una importancia significativa en este contexto. Las funciones de transmisión en vivo, historias efímeras y la proliferación de contenido visual eficaz han redefinido la forma en que las personas comparten sus experiencias y se conectan con audiencias. El influjo de influencers y creadores de contenido ha emergido como una nueva forma de ocupar espacio en la esfera digital, influenciando las percepciones y tendencias a una escala sin precedentes. En la actualidad son mucho más que simples plataformas de comunicación; son espacios dinámicos que reflejan y dan forma a la sociedad contemporánea. A medida que evolucionan y se diversifican, estas plataformas continúan desempeñando un papel central en la construcción de conexiones sociales, marcando así un capítulo definitorio en la interacción humana del siglo XXI (Acosta et.al., 2020).

En la presente investigación, el análisis estará centrado en Facebook como red social. Meta, anteriormente conocido como Facebook, destaca como una de las plataformas sociales más utilizadas a nivel mundial, incluyendo en Ecuador y la ciudad de Puyo, gracias a su interfaz amigable y la diversidad de herramientas disponibles. La difamación en redes sociales, como Facebook, ocurre cuando se emite información falsa o injuriosa que puede ser visualizada por otros usuarios, teniendo consecuencias perjudiciales, desde dañar la reputación hasta afectar relaciones personales y profesionales.

En su esencia, una red social es una estructura de relaciones entre individuos, siendo Facebook una herramienta para el intercambio de información en línea. Aunque Internet tuvo origen en la seguridad militar, su evolución se dio en ámbitos académicos, conectando sistemas en ARPAnet y expandiéndose a universidades en 1972. No obstante, el mal uso de redes sociales como Facebook hace evidente la circulación de información no verificada, con potencial

para perjudicar a individuos o grupos. Comentarios irrespetuosos o la divulgación de datos privados constituyen delitos, según la definición de Carrara (Muñoz, 2020).

El ciberdelito, incluyendo el delito informático, representa una amenaza potencial, vulnerando derechos y llevando a consecuencias legales. En Ecuador, la Constitución garantiza derechos como el honor y buen nombre, mientras que el Código Orgánico Integral Penal establece sanciones para delitos contra el honor, como la calumnia. Determinar la responsabilidad penal en casos de difamación en Facebook presenta desafíos, ya que la plataforma facilita la creación de perfiles de usuario sin una clara identificación del responsable de las acciones antijurídicas (Rubio et al., 2019).

Los ciberdelitos representan una creciente amenaza en el entorno digital, y Facebook, siendo una de las plataformas más utilizadas, no está exenta de su implicación en la vulneración de derechos fundamentales, como el derecho al respeto y al buen nombre de los ciudadanos. Estos delitos, que abarcan desde la difamación hasta la divulgación no autorizada de información privada, tienen el potencial de causar daños significativos a la reputación y la integridad de las personas (Santacruz y Hermoza, 2019).

La difamación en el ámbito digital, específicamente en plataformas como Facebook, plantea desafíos únicos debido a la velocidad con la que la información puede propagarse y alcanzar a un amplio público. Las publicaciones difamatorias pueden afectar no solo la percepción pública de una persona, sino también sus relaciones personales y profesionales. La naturaleza viral de las redes sociales amplifica el alcance de tales acciones, exacerbando los impactos negativos en la vida de los individuos afectados.

Facebook, como actor clave en el espacio digital, tiene la responsabilidad de abordar activamente estos problemas. La plataforma debe implementar medidas efectivas para prevenir la difusión de contenido perjudicial que atente contra el derecho al respeto y el buen nombre de los ciudadanos. Esto implica no solo la utilización de tecnologías avanzadas, como algoritmos de inteligencia artificial, para detectar y moderar contenido dañino, sino también la colaboración con expertos en ética digital y derechos civiles para garantizar la equidad y la justicia en las políticas de moderación.

Además, Facebook debe ser transparente en sus políticas de moderación y proporcionar mecanismos claros para que los usuarios informen sobre contenido difamatorio. La plataforma debe establecer sanciones proporcionadas y consistentes contra aquellos que violen estas políticas, contribuyendo así a crear un entorno digital más seguro y respetuoso. En última instancia, la lucha contra los ciberdelitos y la protección de los derechos fundamentales en el ámbito digital requiere una colaboración activa entre las plataformas, los usuarios y las autoridades pertinentes.

Materiales y métodos

Métodos y técnicas para la recolección de datos:

- Entrevistas: se realizaron entrevistas a expertos en el tema, como una técnica para obtener datos detallados

y en profundidad acerca de los puntos de vista, experiencias y percepciones de los entrevistados.

- Grupos de discusión: los grupos de discusión (estudiantes y docentes) de la carrera de Derecho de Uniandes Puyo. Se consideraron como una forma de entrevista grupal donde los participantes compartieron sus opiniones y experiencias sobre el tema investigado, lo cual permitió obtener una variedad de perspectivas.
- Observación participante: la observación participante implicó que el equipo investigador participe activamente en la situación o contexto de estudio. Esto permitió una comprensión más completa de las experiencias y comportamientos de los participantes (estudiantes y docentes) de la carrera de Derecho de Uniandes Puyo.
- Análisis documental: a partir de esta técnica se realizó varios análisis de documentos y registros existentes, como documentos históricos, registros gubernamentales e informes de investigaciones previas, pudiendo obtener información relevante para esta investigación.
- Análisis de contenido: el análisis de contenido implicó la revisión y el análisis de los datos textuales, como las transcripciones de entrevistas o los registros de observación, para identificar patrones y temas recurrentes.
- Estudio de caso: el estudio de caso implicó un análisis detallado de un caso particular, lo que permitió una mejor comprensión de los factores que contribuyen a ese evento.
- Encuesta: se realizó además una encuesta a un total de 250 usuarios de esta plataforma digital, para conocer su nivel de satisfacción respecto a las políticas públicas y cuestiones éticas de esta red social.

Encuesta sobre la Política de Privacidad y Cuidado del Buen Nombre en Facebook

¿Siente que la información proporcionada por Facebook respecto a su política de privacidad es clara y fácil de entender?

- Sí, completamente
 - Sí, en parte
 - No estoy seguro/a
 - No, en absoluto
- En su experiencia, ¿ha experimentado algún incidente de difamación o contenido perjudicial en Facebook que haya afectado su buen nombre o reputación?
 - Sí
 - No
 - No estoy seguro/a
 - ¿Confía en las medidas de seguridad implementadas por Facebook para proteger su información personal y prevenir ciberdelitos?
 - Sí, completamente
 - En cierta medida
 - No confío
 - No estoy seguro/a
 - ¿Cree que Facebook debería mejorar sus políticas de moderación para abordar de manera más efectiva la difamación y contenido perjudicial?
 - Sí, de manera significativa
 - Sí, en cierta medida
 - No estoy seguro/a
 - No, en absoluto

- En caso de ser víctima de difamación en Facebook, ¿consideraría que las acciones tomadas por la plataforma son adecuadas y justas?
 - Sí
 - En parte
 - No estoy seguro/a
 - No
- ¿Cómo calificaría, en general, su nivel de satisfacción con la política de privacidad y el cuidado del buen nombre en Facebook?
 - Muy satisfecho/a
 - Satisfecho/a
 - Neutral
 - Insatisfecho/a
 - Muy insatisfecho/a

Los resultados derivados de esta consulta se procesaron mediante el método ladov (Ver Tabla 1) que a continuación se describe.

ladov: esta técnica en su versión original fue creada por su autor para el estudio de la satisfacción por la profesión en carreras pedagógicas. Fue utilizada para evaluar la satisfacción por la profesión en la formación profesional pedagógica. La técnica está conformada por cinco preguntas: tres cerradas y 2 abiertas. Constituye una vía indirecta para el estudio de la satisfacción, ya que los criterios que se utilizan se fundamentan en las relaciones que se establecen entre tres preguntas cerradas que se intercalan dentro de un cuestionario cuya relación el sujeto desconoce (Ver Tabla 2).

Estas tres preguntas se relacionan a través de lo que se denomina el “Cuadro Lógico de ladov” (Alfredo-Cacpata et al., 2019; Guerrero et al., 2019; Falcón et al., 2021). Las preguntas no relacionadas o complementarias sirven de introducción y sustento de objetividad al encuestado que las utiliza para ubicarse y contrastar las respuestas. El número resultante de la interrelación de las tres preguntas indica la posición de cada sujeto en la escala de satisfacción (Alfredo-Cacpata et al., 2019).

Tabla 2: Sistema de evaluación para los expertos

Categoría		Puntuación	
A	Claramente satisfecho(a)	3	(+1)
B	Más satisfecho(a) que insatisfecho(a)	2,3	(+0,5)
C	No definido	1.5	(0)
D	Más insatisfecho(a) que satisfecho(a)	1	(-0,5)
E	Claramente insatisfecho(a)	0	(-1)
C	Contradictorio(a)	2	(0)

Fuente: elaboración propia

Tabla 1: Cuadro Lógico de IADOV

	1ª pregunta								
	Si			No sé			No		
	2ª pregunta								
	Si- No sé-No			Si- No sé-No			Si- No sé-No		
3ª pregunta									
Me gusta mucho	1	2	6	2	2	6	6	6	6
Me gusta más de lo que me disgusta	2	3	3	2	3	3	6	3	6
Me es indiferente	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Me disgusta más de lo que me gusta	6	3	6	3	4	4	3	4	4
No me gusta	6	6	6	6	4	4	6	4	5

Fuente: Guerrero et al. (2019)

El índice de satisfacción grupal (ISG) se obtiene utilizando la fórmula siguiente:

$$ISG = \frac{A(+1) + B(+0.5) + C(0) + D(-0.5) + E(-1)}{N}$$

Dónde: N es la cantidad total de encuestados y las letras corresponden a la cantidad de encuestados en las categorías que se indican en la tabla 1. El índice de satisfacción grupal puede oscilar entre [-1; 1], dividido en las categorías que se muestran en el Figura 1:

Fig 1: Categorías de satisfacción



Figura 1. Categorías de satisfacción

Fuente: Guerrero et al. (2019)

Resultados-discusión

Análisis de la red social Facebook

Facebook es una plataforma digital de redes sociales utilizada en todo el mundo, incluyendo en Ecuador. Esto se debe a la facilidad de uso, la amplia variedad de contenido y herramientas, y la facilidad de conectar personas globalmente. Es una herramienta que permite a los usuarios crear perfiles personales, compartir información, publicar fotos y vídeos, interactuar con otros usuarios y realizar comentarios.

Un delito contra el honor y buen nombre de una persona en Facebook puede ser considerado como difamación. Que es una ofensa criminal que implica la comunicación pública de una afirmación falsa que daña la reputación de otra persona. La difamación puede ser verbal o escrita y puede ocurrir en cualquier forma de comunicación, incluyendo publicaciones en redes sociales como Facebook. Por lo tanto, el delito contra el honor y buen nombre es uno de los delitos más comunes en la actualidad, y esta red social ha sido convertida por los usuarios mal intencionados en una de las principales fuentes para el cometimiento de este delito. Sobre todo, porque Facebook permite a los usuarios compartir contenido y opiniones sin restricciones, facilitando la difusión de información fundamentada en falacias y malicia sobre otras personas.

Si una persona difama a otra en Facebook, puede ser procesada y condenada por difamación. Sin embargo, para que se considere difamación, la afirmación debe ser falsa y debe ser comunicada de manera pública. Si la afirmación

es verdadera, no es difamatoria, incluso si es perjudicial para la reputación de la persona.

Identificación de la normativa aplicable

La normativa aplicable a este tipo de delito puede variar según la legislación de cada país o región. En general, la difamación es un delito contra el honor y puede ser sancionada por las leyes penales y civiles. En algunos países, como España, la difamación puede ser sancionada penalmente con multas y penas de prisión. Por ejemplo, el artículo 205 del Código Penal español establece que “el que, con conocimiento de su falsedad o temerario desprecio hacia la verdad, impute a alguna persona hechos que, de ser ciertos, constituirían infracción penal, si esta imputación se hiciera con publicidad, será castigado con la pena de prisión de seis meses a dos años y multa de doce a veinticuatro meses” (Anarte, 2020).

Además, en algunos países también existen leyes de protección de datos personales y de privacidad que pueden ser aplicables en casos de difamación en línea. Por ejemplo, el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) de la Unión Europea. Este establece que, las personas tienen derecho a proteger su reputación y privacidad en línea y a solicitar la eliminación de información difamatoria o inexacta. Consecuentemente, la normativa aplicable a este tipo de delito incluye las leyes penales y civiles que protegen el honor y la reputación de las personas. Así como las leyes de protección de datos y privacidad que pueden ser aplicables en casos de difamación en línea.

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, el pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, así como también el artículo 11 de la Convención de Derechos Humanos, todos otorgan al buen nombre el significado de fama o reputación. Es decir, que la sociedad reconoce a una persona por sus esfuerzos y logros, expresando su admiración, confianza y sirviendo como ejemplo a seguir (Vereau, 2021). La Constitución del Ecuador en el artículo 66 reconoce y garantiza a las personas; el derecho al honor y buen nombre. La ley protegerá la imagen y la voz de la persona (Asamblea Nacional Constituyente, 2008).

El delito contra el derecho al honor y buen nombre está tipificado en el Código Penal en su artículo 182. En este artículo se establece que se considera delito el difamar o calumniar a otro, imputándole un delito que dé lugar a sanción privativa de libertad, o hechos determinados que puedan afectar su credibilidad, honor o dignidad (Asamblea Nacional, 2014). Además, en el Código Orgánico de la Función Judicial, se establece que los jueces pueden ordenar la

eliminación de información difamatoria o injuriosa en línea en caso de ser solicitado por la persona afectada.

También es importante tener en cuenta que en Ecuador existe una ley de protección de datos personales que establece las normas para la recopilación, tratamiento y almacenamiento de datos personales, incluyendo información en línea. La Ley Orgánica de Protección de Datos Personales establece que las personas tienen derecho a proteger su privacidad y reputación en línea y pueden solicitar la eliminación de información difamatoria o inexacta. En resumen, en Ecuador la difamación está regulada por el Código Orgánico Integral Penal y la Ley Orgánica de Protección de datos Personales, que establecen las normas para la protección del honor, la reputación y la privacidad de las personas en línea

Interpretación de la normativa

Interpretar la normativa en el complejo escenario de las redes sociales. En este caso de estudio centrado en Facebook-Meta, y su relación con el delito contra el derecho al honor y buen nombre. Este proceso requiere un análisis exhaustivo de los elementos que configuran dicho delito. Además, es esencial examinar las acciones u omisiones que puedan afectar la integridad de las personas, especialmente cómo estas se manifiestan en las publicaciones realizadas en la plataforma digital.

En primer lugar, es crucial explorar la intención subyacente en las publicaciones: ¿se busca difamar, ofender, calumniar o infligir injurias? Este aspecto es fundamental para determinar la naturaleza del delito y la gravedad de sus implicaciones legales. La imputación de hechos que puedan dañar la reputación de la persona afectada es otro elemento crítico que merece atención. Ya que establece la conexión directa entre la publicación y el perjuicio ocasionado.

La contextualización en el ámbito digital amplifica la complejidad del proceso legal, debido a que las publicaciones pueden adoptar diversas formas, como verbal, audiovisual o escrita. La adaptación de la normativa a estos diferentes formatos representa un desafío adicional para garantizar una interpretación justa y equitativa, considerando las particularidades de cada medio de comunicación en línea. Además, el alcance global de plataformas como Facebook-Meta agrega una dimensión internacional al análisis. Las implicaciones legales pueden variar según las jurisdicciones, y la cooperación entre diferentes países se vuelve esencial para abordar eficazmente casos transfronterizos. La coordinación entre sistemas legales y la armonización de normativas se convierten en elementos clave para garantizar la coherencia y la efectividad de las medidas legales.

El derecho a la libertad de expresión también entra en juego, planteando una dicotomía entre la protección del honor y la salvaguarda de la libertad de expresión en el entorno digital. En este contexto, es fundamental equilibrar la aplicación de la normativa para evitar posibles abusos que restrinjan injustamente la expresión legítima. La evolución constante de las redes sociales y su impacto en la sociedad añade una capa dinámica a la interpretación de la normativa. Las plataformas digitales evolucionan rápidamente, y

las leyes deben adaptarse para abordar los nuevos desafíos emergentes. La normativa vigente puede requerir actualizaciones para reflejar de manera adecuada la realidad cambiante de las interacciones en línea.

La responsabilidad de las plataformas también surge como un aspecto clave. Facebook-Meta y otras redes sociales no son entidades pasivas en este escenario; deben asumir una parte de la responsabilidad en la prevención y abordaje de contenidos difamatorios. Esto plantea preguntas sobre la implementación efectiva de políticas internas y mecanismos de denuncia que contribuyan a mitigar los daños antes de que se intensifiquen. Desde la intención de la publicación hasta la complejidad de la propagación en el ámbito digital, cada aspecto requiere una consideración cuidadosa. La adaptación a la dinámica evolución de las plataformas y la colaboración internacional son fundamentales para mantener la eficacia y la equidad en la aplicación de la normativa en este entorno complejo y cambiante.

Aplicación de la normativa

Una vez interpretada la normativa, se debe aplicar a casos concretos en los que se ha producido una posible infracción del derecho al honor y buen nombre a través de la red social. Esto puede incluir la evaluación de publicaciones específicas y la identificación de posibles autores y víctimas de la difamación o calumnia. En supuestos como el que ocupa en la presente investigación, en el cual se reclaman daños sufridos como consecuencia de una publicación realizada en una red social, en el caso de Facebook. Deben tenerse en cuenta particularidades que no revisten otro tipo de publicaciones.

Esto hace referencia a publicaciones periodísticas en diarios en las cuales se ejerce un debido control en lo que a su autoría refiere. A diferencia de lo que sucede con las opiniones vertidas por periodistas o ciudadanos en un medio informativo, las manifestaciones que se realizan en las redes sociales carecen de un debido control. Lo que indica que, se encuentran más permeables a la posible configuración de posteos, injuriantes o no realizados a través de “perfiles truchos” contruidos al efecto, sustracción de identidad, hackeo de cuentas, y otros delitos. La persona o grupo de personas han sido objeto de difamación, calumnias, injurias u otros actos similares que les han restado su honra y buen nombre, impidiéndoles disfrutar de sus derechos fundamentales. Se espera que la sanción sea proporcional a la gravedad del delito cometido, para garantizar que la víctima reciba la justicia que merece.

La Oficina Nacional de Estadísticas del Ecuador (ONE) publicó un informe en 2020 sobre el uso de las redes sociales en el país. Según el informe, el 77% de las personas en el Ecuador usa las redes sociales. Además, el informe revela que el uso de las redes sociales para denunciar calumnias es cada vez más común. Según el informe, el número de denuncias por calumnias en las redes sociales aumentó un 54% entre 2017 y 2020. Esto significa que hubo un total de 11,7 millones de denuncias por calumnia en 2020 (Gobierno del Ecuador, 2022).

El informe también revela que el 90% de las denuncias por calumnia fueron hechas por mujeres. Además, el informe

señala que el 79% de las denuncias fueron hechas por usuarios de entre 18 y 35 años. El informe también indica que el 42% de las denuncias por calumnia se dirigieron a los usuarios de las redes sociales más populares, como Twitter, Facebook e Instagram. Finalmente, el informe destaca que el número de denuncias por calumnia ha aumentado un 241% desde 2017. Esto significa que hay una gran cantidad de personas que están siendo víctimas de calumnia en las redes sociales en el Ecuador.

Para que el delito de calumnia ingrese a la órbita de la informática como tal es necesario que para su cometimiento se empleen instrumentos electrónicos o aparatos automatizados. Mediante los cuales se ejecuta la acción por parte del sujeto activo de la infracción que, en este caso particular, sería la de realizar una falsa imputación de un delito a otra persona que como ya se aclaró debe ser concreta y determinada. Es decir, plenamente identificable, en este caso la forma más común de cometimiento de este tipo de delitos es mediante el empleo de redes de comunicación. Estas requieren de servicio de internet a las cuales se las denomina redes sociales y que en la actualidad se han convertido en la herramienta principal de difusión de todo tipo de información, pensamientos, ideas e incluso en este caso de acusaciones que no están acorde con la verdad y perjudican gravemente la honra del sujeto contra quien se dirige la acción. A continuación, se enuncian en Tabla 3 los resultados de la encuesta y su interpretación correspondiente:

Tabla 3: Resultados de la encuesta

Escala de satisfacción	de 18 a 39 años	de 40 a 65 años
Clara satisfacción	0	0
Más satisfecho que insatisfecho	9	0
No definido	12	1
Más insatisfecho que satisfecho	78	36
Clara insatisfacción	67	47
Contradictorio	0	0
Total	166	84

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta a usuarios

Los resultados de la encuesta aplicada arrojaron que existe un elevado por ciento de la población encuestada que manifestó clara insatisfacción con las políticas de seguridad de Facebook y el manejo al buen nombre. Representado en un total de 114 personas de las 250 encuestadas. De las restantes, 104 manifestaron estar más insatisfechos que satisfechos. Y solo 13 no definido y 9 en las edades entre 18 y 39 años expresaron estar más satisfechos que insatisfechos. Como se observa, es elevado el nivel de insatisfacción de los usuarios debido a las estafas, difamaciones, violación de privacidad entre otros, que se manifiestan en esta red social. Estos resultados demuestran la necesidad de implementar acciones a favor del respeto a la integridad personal y el cuidado del buen nombre de los ciudadanos.

Desde una perspectiva técnico-jurídica, la investigación ofrece una elucidación clara y detallada de cómo la metodología dogmática puede aplicarse al contexto de

Facebook y al delito contra el derecho al honor y buen nombre en Ecuador. La identificación de la normativa aplicable establece las bases para una interpretación contextualizada en el ámbito de esta red social. La propuesta de aplicación de la normativa en casos específicos demuestra la aplicabilidad práctica de este enfoque jurídico, brindando herramientas para abordar situaciones específicas.

No obstante, desde una perspectiva crítica, surge el cuestionamiento sobre la efectividad de la aplicación de la normativa en el entorno de Facebook. En la era digital, la rápida difusión de información a través de las redes sociales plantea desafíos significativos para el control de la propagación de contenidos difamatorios o calumniosos. La falta de fronteras claras en la red complica aún más la aplicación consistente de la normativa. Y la protección de la privacidad y datos personales emerge como una preocupación central en la investigación de delitos en línea. La discusión crítica se adentra en la necesidad de adaptar la normativa a las nuevas realidades digitales. La metodología dogmática, aunque sólida en su estructura, puede enfrentar limitaciones al abordar la complejidad de los delitos en línea. La velocidad de la información en las plataformas sociales demanda un enfoque ágil y adaptable, cuestionando la suficiencia de los métodos jurídicos tradicionales.

La concientización de los usuarios de Facebook acerca de las normas y leyes relacionadas con la plataforma se presenta como un elemento crucial. Esto abarca desde el respeto a la privacidad hasta la no publicación de información personal sin autorización y la abstención de comentarios ofensivos. Esta conciencia contribuye a prevenir la violación del derecho al honor y buen nombre. Es esencial reconocer que la publicación de información personal o comentarios en Facebook podría constituir un delito contra el derecho al honor y buen nombre. La divulgación no autorizada de información privada o la difusión de datos falsos podría llevar a acusaciones de violación del derecho a la dignidad y el honor de una persona.

La educación y concientización sobre estas normas no solo benefician a los usuarios, sino que también plantean interrogantes sobre la responsabilidad de las plataformas en la protección de sus usuarios. En este sentido, se abre la puerta a la discusión sobre la implementación de medidas más efectivas por parte de Facebook para prevenir la difusión de contenido perjudicial y salvaguardar el respeto al honor de sus usuarios.

La dimensión ética de la interpretación jurídica también surge en el análisis crítico. ¿Cómo equilibrar el derecho a la libertad de expresión con la necesidad de proteger el honor y buen nombre? Esta dicotomía plantea desafíos morales que deben ser considerados en la aplicación efectiva de la normativa. La adaptación continua de las leyes y la exploración de nuevas estrategias éticas son esenciales para abordar estos dilemas en evolución. Desde una perspectiva global, la investigación destaca la importancia de la colaboración internacional en la aplicación de la normativa en línea. Las jurisdicciones transfronterizas plantean desafíos adicionales, y la cooperación entre países se vuelve crucial para abordar eficazmente los delitos en el ámbito digital. Esto destaca la necesidad de un enfoque unificado

y coordinado para enfrentar los retos legales derivados de las actividades en línea.

La investigación no solo proporciona una visión técnico-jurídica detallada, sino que también plantea preguntas críticas sobre la efectividad y adaptabilidad de la normativa en el entorno digital. La concientización de los usuarios y la responsabilidad de las plataformas se perfilan como elementos clave en la prevención de delitos contra el derecho al honor y buen nombre en plataformas como Facebook. La evolución constante de las interacciones en línea requiere un enfoque ético y legal dinámico. Lo que permite asegurar la protección efectiva de los derechos individuales en este cambiante paisaje digital.

Ante la inminente necesidad de establecer acciones que vayan más allá de lo legislativo, como se ha planteado anteriormente. Se proponen las siguientes acciones que se pretenden llevar a cabo con el objetivo de evitar los ciberdelitos, hacer valer el respeto a los ciudadanos y el cuidado al buen nombre. Las acciones son las siguientes:

1. Verificación Rigurosa de Perfiles: implementar un proceso de verificación más riguroso para los perfiles de usuarios, asegurando la autenticidad de la identidad y minimizando la creación de perfiles falsos utilizados para difamar.
2. Inteligencia Artificial para Detección de Contenido: incorporar algoritmos avanzados de inteligencia artificial para detectar automáticamente contenido perjudicial, incluyendo difamación, imágenes manipuladas y mensajes ofensivos, permitiendo una respuesta más rápida.
3. Educación y Concientización: desarrollar campañas educativas dentro de la plataforma para concientizar a los usuarios sobre los impactos de la difamación, fomentando un ambiente respetuoso y responsable.
4. Colaboración con Expertos en Ética Digital: establecer alianzas con expertos en ética digital y derechos civiles para asesoramiento continuo, garantizando que las políticas de la plataforma estén alineadas con estándares éticos.
5. Revisión Humana de Casos Sensibles: implementar un equipo de revisores humanos especializados para evaluar casos sensibles de difamación, permitiendo un análisis más profundo y justo de situaciones complejas.
6. Transparencia en Políticas de Moderación: mejorar la transparencia en las políticas de moderación de contenido, explicando claramente qué tipo de contenido está prohibido y las acciones que se tomarán en caso de violación.
7. Herramientas de Privacidad Avanzadas: facilitar herramientas más avanzadas de control de privacidad, permitiendo a los usuarios tener un mayor control sobre quién puede ver y comentar en sus publicaciones.
8. Sanciones Claras y Consistentes: establecer sanciones claras y consistentes para aquellos que violen las políticas de la plataforma, incluyendo suspensiones temporales o permanentes en casos graves de difamación.

9. Informe de Veracidad de Contenido: introducir un sistema de "Informe de Veracidad" que permita a los usuarios señalar contenido potencialmente difamatorio, facilitando una acción rápida y precisa por parte de la plataforma.
10. Colaboración con Organismos de Derechos Humanos: trabajar en estrecha colaboración con organismos de derechos humanos y organizaciones que defiendan la libertad de expresión para asegurar un equilibrio adecuado entre seguridad y libertad.
11. Capacitación Continua para Moderadores: proporcionar capacitación continua a los moderadores de contenido, enfocándose en la comprensión cultural y contextual para una evaluación más precisa de publicaciones.
12. Incentivos para Contenido Positivo: implementar programas de incentivos para usuarios que promuevan contenido positivo y constructivo, fomentando un ambiente en línea más saludable y respetuoso.

Conclusiones

El delito contra el derecho al honor y buen nombre se ha convertido en un tema de gran preocupación debido a la facilidad con la que se puede publicar contenido ofensivo o perjudicial para otras personas a través de la red social Facebook. De igual manera se puede contrastar que en la ciudad de Puyo, Provincia de Pastaza es muy común que las personas sean víctimas de este tipo de delito, sin que puedan identificar a los responsables, peor aún que reciban alguna sanción.

Al tratarse de un delito recurrente, es importante que los usuarios de Facebook sean conscientes de los daños que pueden ocasionar y tomen las precauciones necesarias para evitar publicar contenido que atente contra el honor y al buen nombre de alguien.

Finalmente, se concluye que no existe la debida regulación de las calumnias producidas en Facebook, conforme a los datos recogidos de las diferentes fuentes bibliográficas se evidencia el alto índice de denuncias por las víctimas que con el trajinar del tiempo va en aumento en vez de llegar a su disminución.

Se realizó como un aporte más de la investigación, se propone implementar una serie de medidas más efectivas por parte de Facebook para prevenir la difusión de contenido perjudicial. Y de esta manera respetar el derecho a la privacidad y el buen nombre en los ciudadanos ecuatorianos y del mundo en general. Se propone extender estas medidas a las demás redes sociales para evitar los ciberdelitos y aminorar sus consecuencias para la integridad del ser humano

Referencias bibliográficas

- Acosta, M. G., Benavides, M. M., y García, N. P. (2020). Delitos informáticos: Impunidad organizacional y su complejidad en el mundo de los negocios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 351-368.

- Alfredo-Cacpata, A. S., Gil-Betancourt, N. J. Enríquez-Guanga, y Castillo-Núñez, K. T. (2019). Validation of the proof reversal on the inexistence of untimely dismissal by using neutrosophic IADOV technique. *Neutrosophic Sets and Systems*, 26(Special Issue: Social Neutrosophy in Latin America), 45-51.
- Anarte, L. F. (2020). Facebook y el derecho a la imagen: Reflexiones en torno a la STC 27/2020, de 24 de febrero. *Estudios de Deusto: Revista de Derecho Público*, 68(1), 335-376.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 449*. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional. (2014). *Código Orgánico Integral Penal. Registro Oficial 180*. <https://www.gob.ec/regulaciones/180-codigo-organico-integral-penal>
- Falcón, V. V., Espinoza, J. L. T., Yacelga, A. R. L., y Zambrano, L. O. A. (2021). Managing Contradictions in Software Engineering Investigations using the Neutrosophic IADOV Method. *Neutrosophic Sets and Systems*, 44, 100-107.
- Gobierno del Ecuador. (2022). *Estadísticas Multidimensionales. Gobierno del Ecuador Servicio de Rentas Internas*. <https://www.sri.gob.ec/estadisticas-sri#estad%C3%ADsticas>
- Guerrero Morales, R. W. Proenza Ventura, y González, A. H. (2019). Iadov Neutrosofico para medir la satisfacción de los docentes con la aplicación del Solver de Excel en la programación lineal. *Neutrosophic Computing and Machine Learning*, 5, 14-25.
- Lobo, M. M., Gil, S. V. H., y Aguirre, A. M. G. (2023). Ley de delitos informáticos colombiana, el convenio de Budapest y otras legislaciones: *Estudio comparativo. Revista de ciencias sociales*, 29(2), 356-372.
- Muñoz, D. E. (2020). El derecho al honor, la honra y buena reputación: antecedentes y regulación constitucional en el Ecuador. *Ius Humani. Revista de Derecho*, 9(1), 209-230.
- Rubio, E. P. S., Córdova, J. N. M., y Ocampo, A. R. D. (2019). La calumnia contra el derecho al honor y buen nombre de la legislación ecuatoriana. *Opuntia Brava*, 11(2), 266-279.
- Santacruz, H. B., y Hermoza, M. M. (2019). Los delitos informáticos y su tipificación en la legislación penal ecuatoriana. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (E20), 391-400.
- Vereau, R. V. (2021). Los delitos informáticos y su relación con la criminalidad económica. *Ius et Praxis* (053), 95-110

Periodismo móvil y redes sociales como plataforma de comunicación en tiempo de desastres naturales y pandemias

Mobile journalism and social media as a communication platform in times of natural disasters and pandemics

Sabdiel Batista Díaz¹

E-mail: sabdielbatista@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9280-0280>

¹Unión de Periodistas de Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Batista Díaz, S. (2024). Periodismo móvil y redes sociales como plataforma de comunicación en tiempo de desastres naturales y pandemias. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 90-96. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El periodismo móvil es una práctica emergente de la profesión que surge como parte del cambio de paradigmas en el ecosistema mediático. El Mobile Journalism o Mojo, como se conoce en inglés, ha tomado mucha fuerza en la última década. En Cuba el periodismo móvil ha sido empleado en desastres, emergencias y noticias de última hora. Sin embargo, teniendo en cuenta el desarrollo de la infraestructura tecnológica del país se hace necesaria la sistematización de sus buenas prácticas ante situaciones emergencias, tales como la reciente pandemia mundial por la COVID-19. Para lograr el fin en esta investigación se empleó como método de investigación la revisión bibliográfica documental y como técnicas el análisis documental y la observación participante.

Palabras clave:

Periodismo móvil, Redes sociales, Desastres naturales, Ecosistema mediático

ABSTRACT

Mobile journalism is an emerging practice of the profession that arises as part of the paradigm shift in the media ecosystem. Mobile Journalism or Mojo, as it is known in English, has gained a lot of strength in the last decade. In Cuba mobile journalism has been used in disasters, emergencies and breaking news. However, taking into account the development of the country's technological infrastructure, it is necessary to systematize its good practices in situations and emergencies, such as the recent global pandemic caused by COVID-19.

Keywords:

Mobile journalism, Social media, Natural disasters, Media ecosystem.

Introducción

Un desastre, por una definición corta, es un evento crítico que altera el orden regular de las cosas. Se entiende por desastres naturales aquellos cambios repentinos en la dinámica del medio ambiente. Sus consecuencias pueden desencadenar en pérdidas materiales y víctimas personales, dependiendo de la intensidad del mismo y del grado de vulnerabilidad de la zona afectada. Para que un fenómeno natural extremo sea considerado desastre se requiere la declaración de situación de emergencia de un Estado o petición de ayuda internacional, que haya más de 100 afectados o 10 víctimas mortales. Por lo tanto, una catástrofe natural se da cuando un desastre natural toma lugar en una zona donde la población es incapaz de asumir los daños ocasionados (Campos Hidalgo, 2020).

Para los periodistas un desastre natural es el tipo de noticias de última hora que amerita una cobertura extensiva e inmediata. La mayoría de los desastres no pueden ser pronosticados con certeza, pero pueden ser anticipados y podemos prepararnos para mantener nuestra labor durante esos sucesos. En el momento que los acontecimientos ocurren sin previo aviso, como los huracanes, tornados o epidemias, y en segundos cambian las vidas de las personas, la circulación de información es una necesidad prioritaria para ubicar oportunidades de supervivencia (Arrobo-Agila et al., 2021a).

En este sentido, si se planifica y prepara con tiempo, las organizaciones de medios y los periodistas pueden ofrecer a sus comunidades una mejor cobertura, más detallada, y usar al máximo la tecnología disponible, incluso en situaciones cuando se caen las señales televisivas y radiales y los periódicos no llegan con sus tiradas limitadas y atrasadas. No obstante, en caso extremo el periodista móvil, con sus equipos básicos, puede mantener una cobertura actualizada en los portales de noticias digitales y en las redes sociales (Aguado y Martínez, 2008; Aguado y Castellet, 2014).

Según el Manual Cubano de Periodismo Móvil (2020) dentro de las ventajas de las tecnologías móviles para acceder a Internet y a las redes sociales durante situaciones de emergencia se pueden mencionar: funcionan en todo el territorio nacional; no son vulnerables ante las caídas del sistema eléctrico; permiten inmediatez y portabilidad; y permiten «enrutarse» con los sistemas de información continuos de la radio y la televisión.

Durante los desastres naturales las redes sociales constituyen una vía de comunicación alterna a los medios tradicionales. Debido a que la señal telefónica frecuentemente se ve saturada en situaciones de este tipo, por ello es tan importante preparar con antelación a los periodistas para optimizar su trabajo durante esos desastres, contando solo con las herramientas mínimas del periodista móvil.

Por otro lado, plataformas digitales se distinguen por su inmediatez y un alto nivel de alcance en tiempo real, lo que las convierte en herramientas gran utilidad en la difusión de información relevante destinada a la preservación de la vida y diversas acciones de solidaridad ciudadana (Enríquez, 2016; Mayo-Cubero, 2019). Cuando se alude al uso de redes sociales, se hace referencia esencialmente a

las herramientas en Internet que permiten formar comunidades virtuales en torno a diversas afinidades, situaciones o experiencias, por ejemplo Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Youtube y Tik Tok, entre otras (Arrobo-Agila et al., 2021b).

Incluso las redes sociales se han convertido en un espacio de contenidos multimedia en donde los usuarios pueden gestar sus propios contenidos en formatos diversos, tales como video, texto, audio, e imágenes. Hermoso (2010 citado por Arrobo-Agila et al., 2021b) declara que son herramientas que permiten la socialización y participación activa de las personas a través de la creación de grupos, foros, mini blogs y fanpages.

De manera particular, se podría definir al periodismo móvil como aquel que ha nacido fuera de la redacción y que se da en directo. Es un modelo que ha crecido con la popularización de los teléfonos inteligentes, favorecido por la popularización del entorno infocomunicacional. Es realizado por periodistas que aprovechan sus dispositivos móviles para realizar y construir noticias, que luego serán consumidas por los receptores desde sus móviles. Apunta a los profesionales presentes en el lugar del acontecimiento y que dan a conocer el suceso directamente. Por lo general es instantáneo, multimedial, interactivo e hipertextual.

La presente investigación tiene como objetivo describir el rol del periodismo móvil durante situaciones de contingencia como crisis sanitaria o desastres naturales, particularmente en las transformaciones acontecidas en la redacción periodísticas y las nuevas habilidades que debe poseer el reportero para comunicar la información por medio de la tecnología digital.

Materiales y métodos

Desde una perspectiva cualitativa, la investigación utiliza el método de revisión bibliográfica documental para analizar experiencias internacionales sobre el uso de la tecnología móvil en la actividad periodística. Además se emplea la observación participante en la redacción periodística de la Emisora Provincial Radio Ciudad del Mar (RCM) de la provincia de Cienfuegos para indagar sobre las rutinas productivas implementadas durante el confinamiento social producido por la Covid-19.

Resultados-discusión

Lozano et al. (2020 citado por Arrobo-Agila et al., 2021) afirma que durante una emergencia la información es el elemento máspreciado, es aquello que todos buscan y necesitan para tomar decisiones, para ganar o perder visibilidad y credibilidad. Una oportuna información permite una rápida y eficaz respuesta. Las rutinas periodísticas en situaciones de catástrofes imponen sus relatos y construyen socialmente las versiones oficiales de lo ocurrido.

Durante los últimos desastres naturales reconocidos a nivel global, las redes sociales y el periodismo móvil desempeñaron un papel esencial como herramientas para generar información (Arrobo-Agila et al., 2021a). Fenómenos de grandes proporciones en diversos países como Japón, Chile, Haití, Perú y Ecuador, fueron conocidos de forma muy cercana por el flujo de información generado por los

usuarios de la Red. Tal fue el caso de terremotos, tsunamis, inundaciones y fenómenos en los que se hace presente la mano del hombre, como las guerras (Morales et al., 2018; Campos Hidalgo, 2020).

Durante el terremoto de 2011 en Japón se registró un flujo de aproximadamente 1.200 mensajes por minuto en Twitter, llegando por momentos a los 650 «tuis» por segundo. También sucedió algo similar cuando un terremoto de 7.8 grados sacudió a Nepal en 2015; la población local comenzó a enviar reportes de lo sucedido, participando así en el proceso de recolección de información. Otro ejemplo de la importancia de las redes sociales ante los desastres naturales se pudo apreciar cuando miles de mexicanos usaron el identificador de personas de Google tras el potente sismo de México; mientras que Facebook activó su herramienta «Safety Check».

Por otro lado, en el 2016 Ecuador se vio estremecido por un terremoto, y gracias a las redes sociales la opinión pública internacional estuvo informada de forma inmediata. Los usuarios pasaron a ser productores de información, poniendo muy en práctica el concepto de prosumidor (Arrobo-Agila et al., 2021b). Facebook fue una de las redes sociales más visitadas por la ciudadanía y los ecuatorianos que vivían fuera del país. De acuerdo con el diario El Comercio de Ecuador, la red social a las 20.00 horas del 16 de abril del 2016 activó una función para que las personas pudieran dar a conocer su estado de salud en ese momento y conocer cómo se encontraban sus familiares. Al igual que Facebook, Twitter jugó un papel importante; las comunicaciones se empezaron a dar utilizando los hashtag #DesaparecidosEc y #EncontradosEc (Arrobo-Agila et al., 2021a). Así la plataforma se convirtió en fuente informativa para medios nacionales e internacionales dada la magnitud de información que se iba publicando con el pasar de los minutos después del terremoto.

Según Arrobo-Agila et al. (2021b) los medios de comunicación como la televisión tuvieron una reacción tardía frente a la emisión de información. Su justificación se ampara en la Ley Orgánica de Comunicación, que señala que los medios de comunicación verán suprimido su derecho a la libre expresión en casos de emergencia nacional.

Dentro del escenario nacional cubano, el periodismo móvil fue de vital importancia ante los sucesos del 18 de mayo de 2018, cuando los ciudadanos y el mundo, conocieron primero los detalles de la caída de un avión con 111 pasajeros a través de las redes sociales, y solo después de una hora, por el Noticiero de la Televisión Cubana. Igualmente, durante las fuertes lluvias en Cuba en el inicio del verano de 2018 los cubanos accedieron a muchísimas informaciones por los perfiles en Facebook de varios reporteros de la radio y la televisión, quienes estaban recorriendo las zonas más afectadas equipados con teléfonos con conexión 3G. Dichos reporteros tomaban las informaciones in situ y desde allí mismo transmitían textos, fotos, materiales en audio y en video hacia sus medios de prensa y directamente a sus perfiles en redes sociales.

En sentido general, autores como Enríquez (2016) y Mayo-Cubero (2019) afirman que durante el desarrollo de

desastres naturales o situaciones de contingencia diversa, un medio noticioso asume cuatro papeles importantes.

- Es una fuente de información vital al contar qué está ocurriendo, dónde, quién está afectado, cómo van cambiando las cosas y por qué.
- Es una línea de comunicación: se pueden salvar vidas al transmitir información crítica de y hacia las partes afectadas.
- Es una señal de advertencia temprana, transmitiendo la información a tiempo e información segura que prevenga algún daño.
- Es un foro comunitario, ofreciendo a los ciudadanos la oportunidad de reunirse, compartir sus preocupaciones y apoyarse unos a otros durante los tiempos difíciles.

Debido a esas funciones que juega el medio de prensa es pertinente ayudar a la audiencia a visualizar la extensión del desastre proveyendo mapas actualizados, ya sean impresos o por Internet. Las imágenes pueden trasladar a su casa el impacto de un desastre. También sería oportuno instalar una cámara de Internet en vivo para las áreas críticas. Los periodistas móviles y camarógrafos pueden hacer la toma más allá de solo un *close up*, pues las tomas amplias agregarán daño al contexto. Si es posible, también deben obtenerse vistas aéreas con drones o de ángulos altos, mediante palos selfies profesionales de mayor longitud.

En un estudio realizado por la Cruz Roja Americana (American Red Cross) muestra la utilización de redes sociales en América y su respuesta a las emergencias, el resumen de los resultados evidencia que:

- Internet es la tercera forma más popular para la gente de reunir información de emergencia.
- Facebook es el sitio más popular como medio para enterarse sobre alguna emergencia.
- Un 24% de las personas utiliza las redes sociales para avisar que se encuentra segura y a salvo.
- El 26% utiliza alguna herramienta en línea cuando no puede utilizar los mensajes de texto (SMS), y una de cada cinco personas escribe y comenta en algún sitio en línea cuando sucede algún acontecimiento.
- 24% usa las redes, principalmente Facebook y Twitter para comunicarse con sus seres queridos o personas cercanas y verificar su estado.
- Los porcentajes que han declarado que enviarían una solicitud de ayuda a través de las redes sociales (39% encuestados en línea y 35% por vía telefónica), dijeron que esperan que la ayuda llegue en menos de una hora.

Experiencias de la cobertura del COVID-19

La cobertura mundial sobre el COVID-19 ha traído experiencias exitosas para algunos medios de prensa, que se han adaptado a la situación y han sabido aprovechar las nuevas tecnologías y las nuevas formas de obtener y difundir la información (Organización Panamericana de la Salud, [OPS], 2020). A partir de esta premisa se pueden mencionar una serie de características necesarias para el ejercicio profesional del periodismo en tiempos de crisis.

- Los periodistas deben encontrar un equilibrio difícil para informar sin instigar el miedo.
- Contar con información visual sobre la crisis es importante, pero debe manipularse de manera responsable. Los reporteros deben asegurarse de que sus imágenes muestren con precisión lo que está pasando. Las fotos sensacionalistas, como el hombre de la calle, dan una imagen inexacta y difunden el miedo.
- Hay que evitar cualquier contenido que pueda contradecir lo que las personas realmente están experimentando.
- La opinión y el análisis (político, económico o social) tienen un papel que cumplir, pero es demasiado pronto para comprender realmente las ramificaciones a gran escala del virus, por lo tanto es mejor hacer reporterismo y no análisis de los hechos.
- Hay que tener cuidado con tus títulos. Este consejo está dirigido a los Jefes de Redacción: no engañes a los lectores con los titulares. Con el enorme volumen de información y el ritmo veloz de las redes sociales, muchas personas se informan solamente a través de los títulos. Nunca sacrifiques los hechos por los clics, especialmente en medio de una crisis. Por ejemplo, es desacertado y falso decir que un medicamento homeopático inmuniza contra el COVID-19.
- Es posible que en estos días tus directivos pidan más historias. A veces es importante decir que no, por tu bien y por el bien de tu trabajo. Bajar la velocidad para evaluar qué historias contar ayudará a que no te vuelvas esclavo de las prisas. De ese modo podrás concentrarte en contar bien las cosas.
- Los datos son necesarios para la comprensión del mundo, y particularmente, para entender fenómenos como el COVID-19. Para hacer frente a esta pandemia se necesita recopilar, analizar, compartir y hacer uso de los datos de manera eficiente. La visualización de los datos puede facilitar su difusión y ayudar a comprender rápidamente determinadas realidades sobre la propagación del virus o sus efectos.

A continuación se exponen algunos ejemplos de buenas prácticas de periodismo móvil durante la pandemia de la COVID-19.

Periódico El Clarín

Clarín es un periódico argentino con sede en la ciudad de Buenos Aires. Fue fundado el 28 de agosto de 1945. Según datos del año 2020, su versión digital representa el sexto periódico digital en español más consultado del mundo con 6 948 000 de usuarios. Durante el periodo de crisis sanitaria por la COVID-19, este medio noticioso promovió cambios significativos en la redacción periodística:

- Funcionamiento como corresponsales de una redacción móvil, conectada las 24 horas para garantizar noticias de último momento, análisis, historias profundas y atractivas para leer, ver y escuchar.
- Ese gran periódico cuenta con tres personas para coordinar el trabajo en la web y cinco más para ajustar la edición del impreso.
- Su redacción siguió funcionando a pleno desde el hogar de cada editor, redactor, diseñador, editor de video,

fotógrafo, editor de redes, desarrollador, infógrafo o analista de SEO, conectándose entre sí.

- La redacción vivió en la red, en los celulares, las notebooks, las Apps de encuentros virtuales y mensajes cruzados (ver Figura 1).
- El diario entregó 200 notebooks a las distintas áreas para coordinar el trabajo en casa. Otros equipos potentes con software especial para el uso de contenidos visuales se mudaron de la sala de redacción a la casa de sus operadores habituales.
- Las reuniones se realizaban por las plataformas Teams, ZOOM o en los salones virtuales de Slack. Los ajustes a los panoramas diarios de notas (uno a las 9 de la mañana, otro a las 15 para el diario impreso, otro a las 18 para ajustar lo que queda del día y planificar el siguiente) se trabajaron por equipos.

Fig 1: Sala de Redacción completamente vacía del periódico El Clarín, durante la pandemia



Fuente: Página Web de El Clarín

Televisión del Principado de Asturias

Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA), es la radio y televisión pública del Principado de Asturias, y constituye una sociedad anónima de participación pública. La televisión comenzó sus emisiones regulares para toda Asturias en junio de 2006 y la radio, en septiembre del mismo año. También tiene una web que arrancó en diciembre de 2006, así como, un programa llamado Asturias Semanal.

Durante el confinamiento por la contingencia sanitaria de la Covid-19 la emisión de noticias se realizó debido a cambios en los modos de actuación de periodistas y editores web. Tal es el caso de:

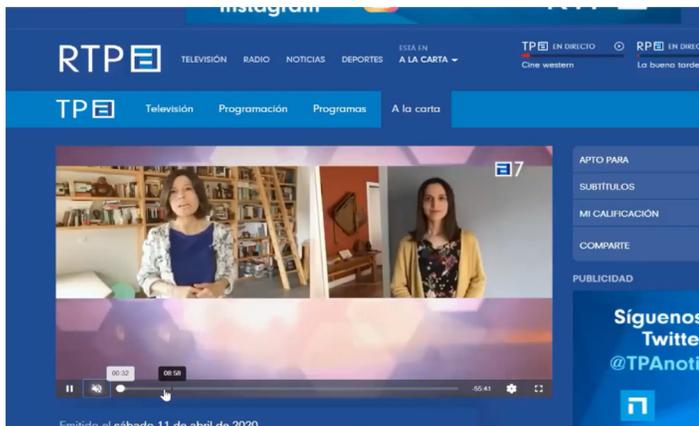
- La periodista Leonor Suarez y su colega presentadora hicieron sus parlamentos en cámara, desde sus casas, con los dispositivos móviles (ver Figura 2).
- Salieron con un camarógrafo a la calle y dos o tres para el estudio, pero las periodistas cuando salían a reportar grababan con el móvil y con cámaras de acción GoPro, a la par que el camarógrafo captaba la imagen con la cámara.
- Entrevistaron a sus fuentes por Skype o por ZOOM, en sus casas, y estas enviaban los videos por WhatsApp o Google Drive.
- Previamente les enviaban las preguntas o temas a los entrevistados y los tipos de planos en que deben grabarse. Muchas veces solicitaron a los familiares de las fuentes especializadas que grabaran a sus fuentes,

pero antes les dieron un tutorial de cómo grabar con el móvil.

- Editaron en casa los reportes y solo se transmite desde el canal. Así funcionan muchos de los programas informativos de la cadena.

Como canal de televisión y de radio, RTPA tuvo que aceptar los cambios en la calidad de video a partir del uso de diferentes dispositivos en concordancia con la importancia de la noticia. Todos los reporteros, editores y directivos de ese canal adaptaron a nuevas vías para recibir los reportes y a nuevas formas de entrevistar a sus fuentes a través de las nuevas tecnologías.

Fig 2: Presentadoras de Televisión del Principado de Asturias, en España, con su programa Asturias Semanal



Fuente: Pagina web de Radiotelevisión del Principado de Asturias (RTPA)

Canal Extremadura

Es un canal de televisión en abierto español y es propiedad de la Sociedad Pública de Televisión Extremeña, S.A.U., que a su vez forma parte de la Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA). Desde 2011 forma parte de una única sociedad, la Sociedad Pública de Radiodifusión y Televisión Extremeña SAU que agrupa a televisión y radio. Ese canal cuenta con la revista A esta Hora (ver Figura 3), de lunes a Viernes, de 5 pm a 8.30 pm. Allí durante la pandemia fungía Urbano García como director del canal, un gran impulsor del periodismo móvil. Hoy ocupa la Dirección de Innovación Digital de RTVE:

- Tiene una sección llamada Ciudadano reportero que recoge vídeos realizados por los extremeños. La mayoría de esas intervenciones ciudadanas son enviadas a través de sus propios teléfonos móviles.
- Los periodistas y directivos se capacitaron primero en esa nueva forma de producir los contenidos noticiosos y luego compraron la tecnología necesaria.
- El director era el más convencido de la necesidad de cambiar la forma de producir las noticias y eso llevaba un cambio de mentalidad en sus profesionales.
- Lograron algo que no se hace en la televisión cubana: diversidad geográfica y de fuentes. Todos los días tenían varias historias desde varios pueblos de su región, sin destinar para ello grandes cámaras, transporte o muchos recursos humanos propios.

Fig 3: Momentos del reportaje elaborado con Mojo para el Programa A Esta Hora emitido el día 4/5/2020 en el Canal Extremadura



Fuente: Canal de Extremadura

Emisora Radio Ciudad del Mar

Dentro del escenario mediático cubano se toma como ejemplo la Emisora Radio Ciudad del Mar (RCM) de la provincia de Cienfuegos. RCM dispone de un perfil informativo recreativo, dirigido a toda la población. Está considerada la estación radial más escuchada por los cienfuegueros, y con aceptable porcentaje de audiencia en provincias vecinas como Villa Clara, Matanzas y Sancti Spiritus. Como parte de las nuevas dinámicas de trabajo asumidas en el periodo de crisis sanitaria por la Covid-19 se implementó lo siguiente:

- Los equipos de periodistas y directivos estaban constantemente conectados en un chat grupal de Facebook, donde se enviaban las asignaciones y los trabajos realizados. Se hacía uso de otro chat grupal para cuestiones personales.
- La periodista al frente del Noticiero Provincial recibía todas las notas del día desde su residencia, ubicada en un municipio alejado de la sede de la emisora. Elaboraba el guion y luego se lo enviaba al realizador por una vía digital.
- La reportera encargada de las conferencias de prensa de Salud Pública solamente salía de su casa para esa conferencia. El resto del trabajo lo realizaba en su hogar, con una PC preparada especialmente para la edición radial y audiovisual, y con micrófonos para tales fines (ver Figura 4). Luego remitía su trabajo a la periodista del Noticiero provincial y a los directores de otros espacios informativos. Durante el día realizaba dos pases en vivo a los espacios radiales desde su casa.
- Varios reporteros entrevistaban a sus fuentes a través de los móviles, grababan las llamadas y editaban en sus PC personales.
- El personal responsable de la página Web administraba todo desde su casa, recibían los trabajos por el chat grupal y corregían los datos de las notas por ese mismo canal.
- El responsable de las redes sociales gestionaba el contenido y la actualización de la plataforma desde su domicilio. Solo iba a la sede de la emisora una vez al día para copiar todos los reportes grabados en formato MP3 y subirlos a su canal de iVoox.

Fig 4: Equipo de trabajo basado en el teléfono móvil y un micrófono para la radio cubana



Fuente: elaboración propia

Con estas experiencias y consejos se pueden ver buenas prácticas y malos ejemplos. Dada la importancia que tiene la prensa en esos momentos vale la pena pensar la comunicación como un proceso científico, organizado, medible e intencionado para dar respuesta ante emergencias.

La funcionalidad Respuesta ante emergencias, implementada por Facebook, permite centralizar en un espacio noticias sobre el desastre, confirmar que estás bien, ofrecer ayuda y recaudar dinero durante una situación de emergencia. Esta herramienta comenzó funcionando solo a través de Facebook y Messenger, pero actualmente su uso se extiende también a WhatsApp. Con ella se puede informar sobre el estado físico y mental de las personas, aunque se encuentre en la zona de desastres, y se podrá responder a ofrecimientos de ayuda con WhatsApp, además del Facebook Messenger, la opción predeterminada. Esta integración es beneficiosa en lugares con una mala conectividad propiciada por la propia emergencia y donde WhatsApp podría ser la única herramienta de mensajería accesible.

Durante la explosión del hotel Saratoga, en La Habana, el 6 de mayo de 2022, muchas personas y los periodistas implicados en la cobertura noticiosa usaron esta funcionalidad, por supuesto, aprovechando la conectividad y los conocimientos sobre el tema (ver Figura 5). Mientras que durante el terremoto que azotó México en septiembre de 2017 fue usada por más de 20.000 mexicanos tras el sismo.

Fig 5: Aplicación Respuesta ante Emergencias de Facebook, usada durante la explosión del Hotel Saratoga, en Cuba



Fuente: Tomada del perfil de Facebook del periodista cubano Abdiel Bermúdez

Ha resultado de gran utilidad, pero si no hay conexión o no se tiene la carga suficiente en el móvil entonces no es eficiente. Ha sido uno de los elementos de las redes sociales, junto a las transmisiones en vivo y captación de imágenes o videos con los móviles, más usados recientemente.

Conclusiones

El buen uso de las técnicas y habilidades del periodismo móvil son perfectas para establecer canales de comunicación durante periodos de desastres naturales, accidentes, pandemias y coberturas de última hora. Pero también sirve mucho para comunicadores sociales e institucionales, líderes sociales que quieran mantener informados a sus seguidores, divulgadores de proyectos o iniciativas sociales o culturales.

Los usuarios de redes sociales se multiplican, comunicándose en una variedad de contextos y mayoritariamente desde los dispositivos móviles. Facebook, Skype, YouTube, WhatsApp, Instagram y Twitter, entre otras, representan espacios virtuales con el potencial de convertir a individuos comunes en editores populares capaces de llegar a miles o incluso millones de lectores. La mayor parte de estas plataformas de interacción son de creación reciente, por lo que surge la necesidad de explorar la utilización de las mismas en diversos escenarios.

Se pudo comprobar que durante los desastres naturales y fenómenos climatológicos se aprecia un colapso de la comunicación telefónica por voz y debido a ello las interacciones comunicativas se trasladan a los mensajes SMS y las redes sociales. La comunicación mediada por dispositivos tecnológicos móviles aumenta en estos momentos con mensajes tendientes a informar sobre los datos principales relacionados con el desastre y el estado de salud de las personas.

Referencias bibliográficas

- Aguado, J. M., & Martínez, I. J. (2008). La comunicación móvil en el ecosistema informativo: de las alertas SMS al mobile 2.0. *Trípodos*, (23), 107-118. <https://www.raco.cat/index.php/TRIPODOS/article/viewFile/118915/154119>
- Aguado, J.M y Castellet, A. (2014). Innovar cuando todo cambia. El valor disruptivo de la tecnología móvil en la industria de la información. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo*, 3(2). <http://surlejournalisme.com/rev>
- Arrobo-Agila, J., Suing, A.,y Aguaded, I. (2021a). Narrativas transmedia en la comunicación de catástrofes: el terremoto de Ecuador del 2016. *Contratexto*, (36), 205-228.
- Arrobo-Agila, J., Mancinas-Chávez, R., y Aguaded, I. (2021b). El papel de las redes sociales en los desastres naturales. El caso de Facebook y el terremoto de Ecuador en 2016. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 232 - 245.

- Campos Hidalgo, A. (2020). *Análisis de aplicaciones digitales empleadas en catástrofes naturales*. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid.
- Morales, M. C, Garrido Cabezas, N., Jaime, K., y Rendic, F. (2018). Uso de Twitter en desastres: el terremoto de Iquique. *Interciencia*, 43, 343-350.
- Comunicación hipermedia en tiempos de COVID-19. Buenas prácticas en la prensa cubana. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud. Vol. 33. Núm. 1769 (2022). Editorial Ciencias Médicas. ISSN electrónico: 2307-2113. URL: <http://www.acimed.sld.cu/index.php/acimed/article/view/1769>
- Enríquez, R. (2016). *Comprensión de la utilización de las redes sociales en las narrativas transmedia en desastres naturales. Caso: Terremoto de Ecuador abril 2016*, [tesis de grado, Universidad Central del Ecuador].
- Manual Cubano de Periodismo Móvil. (2020). Editorial Pablo de la Torriente. <https://periodismomovilcuba.wordpress.com/manual/>
- Mayo-Cubero, M. (2019). Uso de las redes sociales en la cobertura periodística de crisis, desastres y emergencias en España. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 43-54.
- Organización Panamericana de la Salud. (2020). COVID-19. Consejos para informar. Guía para Periodistas. <https://www.paho.org/es/documentos/covid-19-consejos-para-informar-guia-para-periodistas>

La calidad de la pronunciación en la clase de Práctica Integral de la Lengua Inglesa

The quality of pronunciation in Integrated English Practice Class

Patricia Fundora Ramírez¹

E-mail: patriciafundora81@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-5770-7565>

¹Universidad de Artemisa. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Fundora Ramírez, P. (2024). La calidad de la pronunciación en la clase de Práctica Integral de la Lengua Inglesa. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 97-103. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La pronunciación es fundamental en el proceso de aprendizaje de la lengua por cuanto asegura el correcto desarrollo de las destrezas de comprensión y expresión oral. Por lo tanto el objetivo de este trabajo es: proponer un sistema de actividades relacionadas con la pronunciación para los estudiantes de 3er año de la carrera Lenguas Extranjeras en las clases de Práctica Integral de la Lengua Inglesa. Para realizar esta investigación se aplicaron métodos del nivel teórico, empíricos y estadístico-matemáticos. Se tuvieron en cuenta los resultados obtenidos en el diagnóstico inicial y a partir de estos se diseñó el sistema de actividades, del que se ofrecen aspectos metodológicos que se tuvieron en cuenta para su elaboración y algunos ejemplos. Los resultados de los instrumentos aplicados en la fase final evidencian, comparativamente con la fase inicial, un avance en los estudiantes. El análisis de la prueba pedagógica final demostró un avance en la calidad de la pronunciación. Los estudiantes mostraron independencia a la hora de trabajar y desarrollo de otras habilidades lingüísticas. El sistema de actividades constituyó un espacio de aprendizaje que estimuló también las habilidades comunicativas y su pensamiento crítico.

Palabras clave:

Expresión oral, Pronunciación, Práctica integral, Sistema de actividades, Lengua Inglesa.

ABSTRACT

The pronunciation is fundamental in the teaching- learning process of languages because it gives the correct development of comprehension and oral expression abilities. For that reason, the objective of this work is: to propose a system of activities related to pronunciation in English 3rd year students in English classes. Several methods were applied such as: theoretical methods, empirical and mathematics-statistical methods. It was taken into account the obtained results in the initial diagnosis for designing the system of activities, methodological aspects were taken into account for the elaboration of the proposal and some examples. The obtained results in the final phase prove a comparison with the final phase in the students' advance. The analysis of the pedagogical final test demonstrated advantages in the quality of the pronunciation. The students proved an independence during the activities and they develop other linguistic abilities. The system of activities constituted a place of learning for stimulating the students' communicative abilities and their critical thinking.

Keywords:

Oral expression, Pronunciation, Integrated practice, System of activities, English language.

Introducción

La comunicación es un proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes, en la que se integran conocimientos, habilidades y actitudes como saber hablar, leer, argumentar, escribir, escuchar e interactuar y socializar con los demás. Ello favorece modos de aprobación y participación en la solución de problemas, así como la eficacia en el desempeño personal, académico, laboral y social.

En el caso del conocimiento de un idioma extranjero, también influye la pronunciación como un factor lingüístico importante en la comunicación.

En el actual contexto mundial globalizado, ha aumentado la comunicación y el intercambio de buenas prácticas y experiencias entre profesionales de diversas latitudes y culturas tal es el caso del Inglés que juega un papel muy importante como mediador entre los participantes de la socialización (Garbey y Enríquez 2023).

Según Morales (2017):

La pronunciación es fundamental en el proceso de aprendizaje de la lengua por cuanto asegura el correcto desarrollo de las destrezas de comprensión y expresión oral. Si un estudiante de segunda lengua (L2) no reconoce los sonidos de la lengua meta, tendrá dificultades para avanzar en todas las destrezas orales y auditivas y este obstáculo afectará, además, aspectos como la gramática y el léxico. (p.17)

Se ha constatado que a menor destreza auditiva, menor adquisición del léxico y menor reflexión gramatical intuitiva. De lo anterior se evidencia que el aprendizaje de una segunda lengua (L2) se ve condicionado por la pronunciación. Si la pronunciación del estudiante no es correcta exigirá una atención permanente del receptor que puede llegar a cansarse, incluso burlarse de los esfuerzos del emisor por hacerse entender. Pero el alcanzar un nivel aceptable en la pronunciación no es solamente necesario para la comprensión del mensaje emitido, sino también para evitar posibles reacciones negativas a los errores de los interlocutores (ciertos errores de entonación conducen a malentendidos sociales).

Si bien estas observaciones son muy certeras, no es necesario ser un especialista en lingüística para entenderlas y estar de acuerdo, lo cierto es que hay un consenso en que en el terreno concreto de la enseñanza de lenguas extranjeras en general, y de la enseñanza del Inglés en particular se suele prestar muy poca atención a los problemas de pronunciación de los estudiantes.

Tomando en consideración a Muñoz (2015) la teoría del conocimiento sirve de base a esta teoría generalizada de la enseñanza de la pronunciación, pues la dialéctica del proceso cognoscitivo se pone de manifiesto en la interacción de lo sensorial y lo racional. Lo sensorial, como forma más elemental del conocimiento es la imagen que el sujeto se forma del objeto a través de los órganos de los sentidos. En este momento juegan un papel fundamental las sensaciones, percepciones y representaciones.

Con esta primera forma del conocimiento el sujeto puede formarse una imagen inmediata que posteriormente pasa a una etapa superior donde refleja las propiedades del objeto, así como sus relaciones. Se desarrollan entonces, conceptos, juicios y razonamientos, pues ya el conocimiento se hace racional.

Por otro lado Backhouse (2011) destaca:

La importancia de la pronunciación para el éxito de la comunicación, es básico tener dichos conocimientos. La pronunciación es un factor de la fonética del cual se habla con frecuencia, pero en el aula de clases se ignora fácilmente por parte de los profesores; esto en ocasiones se presenta porque muchos consideran o suponen que la pronunciación es algo que no se puede enseñar. Tener una buena pronunciación es siempre fuente de admiración y elogio, lo que resulta beneficioso para el aprendizaje, pues contribuye a aumentar su confianza y seguridad, lo desinhibe y le proporciona mayores posibilidades para comunicarse exitosamente. (s.p.)

Ha sido insuficiente el tratamiento didáctico-metodológico que se le ha dado a la pronunciación en la enseñanza del Inglés a pesar de considerarse un factor esencial en la adquisición de la lengua meta, y por ende, en la comunicación. Es este precisamente el problema al que se enfrenta este trabajo y si se considera que todo fenómeno tiene su propia historia y con ello, las propiedades que lo caracterizan; las leyes que rigen su funcionamiento, son un resultado de su desarrollo histórico, es de vital importancia conocer cuál ha sido la evolución y el desarrollo de la pronunciación para posteriormente comprenderla y aplicarla de forma natural en su sistema.

Es difícil para los estudiantes de 3er año de la carrera Lenguas Extranjeras, Inglés: identificar las diferencias de sonidos semejantes que ocurren en sílabas acentuadas y no acentuadas en las cuales los fonemas en cuestión por ejemplo son [ə], [a:] y [æ]. Adicionalmente, fonemas como [θ] y [ð] son considerados fonemas que en su pronunciación inducen más comúnmente a los aprendices de Inglés al error; sonidos que son además inicialmente suplidos por la [t] o [d] que presentan rasgos distintivos semejantes al oído de los hispanos parlantes. Además los estudiantes tienden a la confusión entre palabras con estos sonidos al estar sustituidas entre sí. La /dʒ/ es sumamente difícil para el estudiante no nativo ya que no es igual a un sonido existente en el español. Finalmente, /z/ es reemplazado por /s/, especialmente en posición final; por ejemplo, friends *['frɛns] en lugar de ['frɛndz], debido a que el español no los distingue como fonemas.

Por lo tanto el objetivo de este trabajo es: Proponer un sistema de actividades relacionadas con la pronunciación para los estudiantes de 3er año de la carrera Lenguas Extranjeras, Inglés en las clases de Práctica Integral de la Lengua Inglesa

Materiales y métodos

Para realizar esta investigación se seleccionó como grupo de estudio a los 23 estudiantes de 3er año de la carrera Lengua Extranjera (Inglés) pertenecientes a la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas de la Universidad de

Artemisa, así como a tres profesores de Inglés. La muestra fue intencional, pues respondió a los intereses de la investigación y se trabajó con ellos mediante el Proceso de Enseñanza Aprendizaje (PEA) de la asignatura Práctica Integral de la Lengua Inglesa (PILI), que se imparten en el primer y segundo periodos respectivamente, por lo que el tiempo de implementación de la propuesta fue de un curso escolar.

Se asume la dialéctica materialista como método general de la ciencia y se emplean, además, métodos del nivel teórico y del nivel empírico, así como métodos matemáticos y estadísticos. Entre los métodos del nivel teórico se encuentran: histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo, y sistémico estructural. Se tuvieron en cuenta entre los métodos del nivel empírico: observación a clases, encuesta, entrevista y estudio documental. Fueron utilizados los siguientes instrumentos:

- Guía de observación a clases de PILI en 3er año
- Cuestionario de encuesta a estudiantes y profesores de la asignatura PILI en 3er año
- Cuestionario de la prueba pedagógica

Estos instrumentos permitieron recoger los datos necesarios para diagnosticar el estado real del desarrollo de la enseñanza de la pronunciación en la asignatura PILI para estudiantes de 3er año de la carrera pedagógica Lenguas Extranjeras, Inglés. Dentro de los métodos estadísticos, el análisis porcentual permitió la cuantificación y comparación de los resultados arrojados por los instrumentos aplicados.

En consonancia con estos instrumentos se determinaron los indicadores específicos a tener en cuenta para la operacionalización de la variable siendo estos: dominio de los niveles fonéticos y fonológicos, comprensión e interpretación de ideas principales y secundarias. Se asume como variable el desarrollo de la pronunciación en estudiantes de 3er año de la carrera Lenguas Extranjeras, Inglés. Se utilizó una escala que incluyó valores de Bien, Regular y Mal en la que el valor mínimo se correspondió con la categoría de inadecuado y el máximo con la de adecuado.

Los valores por cada indicador hicieron posible evaluar la variable. Se emplearon para el análisis de dichos resultados el análisis porcentual por estar en presencia de un estudio descriptivo.

Para el estudio realizado se acometieron diversas tareas:

- Sistematización de los referentes teórico-metodológicos que fundamentan las habilidades lingüísticas, el dominio de los niveles fonológico, léxico-semántico y morfo-sintáxico de la lengua y el sistema de actividades.
- Diagnóstico del estado inicial de los estudiantes de 3er año de la carrera Lenguas Extranjeras, Inglés referido al desarrollo de la pronunciación en la asignatura Práctica Integral de la Lengua Inglesa.
- Elaboración de un sistema de actividades que contribuya al desarrollo de la pronunciación en la asignatura Práctica Integral de la Lengua Inglesa.
- Valoración de los resultados que se obtendrán con la puesta en práctica del sistema de actividades que

contribuya al desarrollo de la pronunciación en la asignatura Práctica Integral de la Lengua Inglesa.

Resultados-discusión

La pronunciación en la expresión y comprensión oral de la lengua

Se considera que la pronunciación es un contenido dentro de la expresión y la comprensión oral que no debe minimizarse ante los demás contenidos de la comunicación en general y del proceso de enseñanza aprendizaje (PEA) en particular. A lo largo de la historia de la didáctica de las lenguas se ha dado el fenómeno de confundir la pronunciación y la fonética por la estrecha relación que existe entre ellas y el desconocimiento de ambas. Sin embargo, son materias diferentes y resulta fundamental deslizarlas.

En primer lugar, el sonido tiene significado porque es parte del código de una lengua. Así se habla de los sonidos distintivos del inglés, del francés, y en este sentido la autora de este trabajo coincide en que la pronunciación es la producción y la percepción de los sonidos del habla. En segundo lugar, el sonido es significativo porque se utiliza para conseguir significado en contextos de uso. En este caso, se refiere a la pronunciación en correspondencia a los actos de habla.

Algunas letras tienen más de un sonido y algunas vocales pueden tener diversos sonidos. Así que esto constituye un aspecto lingüístico difícil para el hispanohablante, ya que la falta de correspondencia entre el sistema gráfico y el sistema fonológico del inglés afecta especialmente la pronunciación. Además, se toma en cuenta a Garbey y Enríquez (2023) quienes plantean que en estos momentos se considera una comunicación efectiva cuando depende no solo de la corrección y la fluidez de ese idioma extranjero, sino también de los elementos culturales que poseen los interlocutores.

De acuerdo con Torres (2007), existen varios enfoques en la enseñanza de la pronunciación del inglés, a saber:

- El enfoque gramática-traducción, y el basado en la lectura, donde se considera irrelevante la pronunciación.
- El enfoque directo, donde el profesor es un hablante nativo o casi nativo de la lengua que enseña. Es la corrección estructural lo más relevante en este método.
- El enfoque audio lingüe: donde la pronunciación tiene gran importancia, en éste el profesor sirve de modelo y el estudiante repite, aunque allí tiene la ayuda de un instrumento de enseñanza estructural: el ejercicio de pares mínimos.

Como se ha analizado cada uno de estos enfoques pone énfasis en determinados componentes de la enseñanza de la lengua como objetivo en sí mismo. Aquellos que favorecieron la enseñanza de la pronunciación, por trabajarla de forma aislada, producían la pérdida del interés en los estudiantes, debido a la larga ejercitación oral, generalmente fuera de contextos comunicativos.

El enfoque audio lingüe justifica la enseñanza de la fonética, teniendo en cuenta que éste busca la corrección lingüística del estudiante, haciendo que mejore su pronunciación a través de la asociación e imitación de patrones

nativos y ejercicios mecánicos de repetición, con el fin de lograr un modelo lo más preciso posible. Este enfoque exige además el uso de medios tecnológicos como grabadoras y otros reproductores de sonidos, donde se pueda tener una guía de estudio bien detallada que modele todas las posibles situaciones en las que se usa la lengua.

Por lo que una pronunciación correcta es la clave para evitar equivocaciones, satisfacer las necesidades de comunicación o sencillamente disfrutar una buena conversación. De lo anterior se desprende que existe una relación estrecha entre la pronunciación y la comunicación. En el acto de la comunicación hay usualmente un emisor o codificador que transmite el mensaje y un receptor o decodificador que lo codifica. Sin una buena pronunciación no hay una comunicación efectiva, ya que esto puede provocar interpretaciones erróneas y por tanto una pérdida de claridad en el mensaje. La pronunciación es una parte importante en el proceso de transmisión e intercambio de información y constituye uno de los problemas fundamentales en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes.

A pesar de los avances e innovaciones que se han producido en la enseñanza de la Lengua Extranjera (LE), creemos que la pronunciación sigue estando desatendida y que no recibe el tratamiento adecuado. Esto se debe en parte a que los docentes no saben cómo integrar la enseñanza de la pronunciación en el enfoque comunicativo. Los manuales y actividades existentes no desligan pronunciación de corrección fonética y por tanto, su integración en la clase comunicativa es imposible y solo puede presentarse como un anexo o apéndice que no guarda ninguna relación con el desarrollo, contenido y enfoque de las clases. En consecuencia, la pronunciación sigue siendo la asignatura pendiente de la enseñanza de la LE (Bartoli, 2005).

Es evidente que siguen siendo múltiples los factores que atentan contra la enseñanza de la pronunciación dentro de un enfoque que, paradójicamente, fomenta la competencia oral, la que no es posible lograr totalmente, si el estudiante de L2 no alcanza un nivel de pronunciación que le permita usar la competencia fónica de una forma eficiente en situaciones reales de comunicación entonces constituye un reto con el que se garantiza una educación de calidad, y para lograrlo se debe tener claridad sobre cómo dirigir la labor formativa. Es vital la preparación de los docentes en función de la dinámica que caracteriza la sociedad del conocimiento que lleva implícito el tránsito de la enseñanza al aprendizaje (Reiné-Herrera y Fundora-Ramírez, 2022).

Dentro de la enseñanza de la pronunciación: de los ejercicios repetitivos y descontextualizados del audiolingualismo para practicar fonemas, se pasó a propuestas para que la enseñanza de la pronunciación quedara integrada solo por actividades centradas en el significado y se usara para comunicar información o transmitir actitudes. Hoy en día la teoría se ha enriquecido con los trabajos de Jones (2021) en el análisis discursivo y la sociolingüística interaccional, quien señala que muchas características de la lengua no son salientes. Ello significa que no son fáciles de identificar de manera que requieren estudio y preparación, como es el caso del dominio de la pronunciación.

Cuando se trata de actividad, que desde el punto de vista filosófico es un conjunto de operaciones o tareas propias de una persona o entidad condicionadas por los intereses y propósitos personales (Valle, 2001). Es la más compleja de las formas de actuación del hombre y es considerada como una forma de interacción entre el hombre y su medio, en cuyo proceso trata de obtener o lograr un fin conscientemente en dependencia de sus intereses y motivaciones, lo que permite lograr el cambio y la transformación racional.

La instrumentación de variadas actividades en forma de un sistema se utiliza en la investigación para lograr una correspondencia armónica que permita potenciar el desarrollo de los estudiantes. Es decir, que bajo la dirección del profesor los estudiantes realizan determinadas actividades que posibilitan la apropiación del contenido que se les ofrece, a la vez que desarrollan habilidades y modos de actuación a partir de los acontecimientos históricos estudiados. Un sistema es una totalidad, una configuración de elementos que se integran recíprocamente a lo largo del tiempo y del espacio, para lograr un propósito común, una meta, un resultado. El sistema como un todo tiene propiedades superiores a cada una de sus partes por separado (Addine y García, 2004).

Diagnóstico en la Universidad de Artemisa

Como parte del diagnóstico inicial se realizó el estudio de documentos normativos como los programas de la disciplina Práctica Integral de la Lengua Inglesa y de las asignaturas PILI V y PILI VI, para lo cual se diseñó una guía de observación. Esta tuvo como objetivo valorar cómo se proyecta el desarrollo de la pronunciación en los documentos seleccionados.

En este sentido, se pudo constatar que existen debilidades en el programa de la disciplina y de las asignaturas PILI para el trabajo por el desarrollo de la pronunciación. En los programas se les dedica poca atención al tratamiento a la pronunciación. Se priorizan otros componentes como la comprensión, la gramática y la escritura. Existen dificultades en cuanto a: identificar las diferencias de sonidos semejantes que ocurren en sílabas acentuadas y no acentuadas en las cuales los fonemas en cuestión por ejemplo son [ə], [a:] y [æ]. Adicionalmente, [θ] y [ð] son considerados fonemas que en su pronunciación inducen más comúnmente a los aprendices de Inglés al error; sonidos que son además inicialmente suplidos por la [t] o [d] que presentan rasgos distintivos semejantes al oído de los hispanohablantes. Además los estudiantes tienden a la confusión entre palabras con estos sonidos al estar sustituidas entre sí. La /dʒ/ es sumamente difícil para el estudiante no nativo ya que no es igual a un sonido existente en el español. Finalmente, /z/ es reemplazado por /s/, especialmente en posición final; por ejemplo, friends *['frɛns] en lugar de ['frɛndz], debido a que el español no los distingue como fonemas.

Se aplicó una guía de observación a clases de PILI con el objetivo de comprobar el trabajo que se realiza para el desarrollo de la pronunciación. Durante la aplicación del diagnóstico inicial, se observaron 12 clases y se constataron los siguientes resultados:

Se observó la no realización de actividades previas a la lectura que propiciarán su desarrollo de forma activa. Esto se pudo comprobar en 11 clases observadas, lo que representa el 91,7%. Solo en una clase (8,3%) las realiza de forma sistemática. Tampoco se observó el uso de diccionarios fonéticos, lo que influye en la identificación de las diferencias de sonidos semejantes que ocurren en sílabas acentuadas y no acentuadas.

En ninguna de las clases (100%) se evidenció el trabajo con los fonemas [θ] y [ð] que inducen más comúnmente a los estudiantes de lenguas extranjeras al error, lo que dificulta la comprensión de cualquier parlamento y la relación pregunta-respuesta, al realizar lectura oral, escuchar y expresarse en inglés.

Las actividades independientes se orientan, pero no se explican adecuadamente sobre la base de aquellos sonidos que son además inicialmente suplidos por la [t] o [d] que presentan rasgos distintivos semejantes al oído de los hispanohablantes para que se logre la apropiación de los conocimientos por parte de los estudiantes, visto esto negativamente en 8 clases (66,7%).

El 90% (20 estudiantes) plantea que no pueden identificar las diferencias de sonidos semejantes que ocurren en sílabas acentuadas y no acentuadas por ejemplo: [ə], [a:] y [æ], lo que corrobora que no hay dominio de algunas habilidades por parte de los estudiantes.

En relación con la comprensión, cinco de los encuestados (16,7%), dicen que comprenden las lecturas que escuchan y leen en inglés; 18 (60%), no comprenden la /dʒ/ ya que es sumamente difícil para el estudiante no nativo pues no es igual a un sonido existente en el español y 7 (23,3%) plantean que comprenden algunas veces. Estos resultados corroboraron una vez más la dificultad que existe en el desarrollo de la pronunciación.

Un total de 15 estudiantes (73,3%) reconocen que no identifican el sonido /z/ y lo reemplazan por /s/, especialmente en posición final; 6 (20%) respondieron positivamente, ya que dominan los componentes funcionales de la lengua (comprensión, análisis y construcción) y 2 (6,7%) afirman que responden preguntas y además, las elaboran, a partir de lo leído. Este cuestionario realizado de forma conversacional permitió constatar la existencia del problema, pero además permitió conocer las necesidades, intereses, gustos y opiniones de los estudiantes que reconocen la importancia que tiene dominar el inglés para poder comunicarse y aún más para su desarrollo cultural general e integral.

Los resultados valorados reflejan que un profesor (33,3%) plantea que conoce cómo desarrollar la pronunciación, y dos de ellos declaran tener dificultades para potenciar y desarrollarla, para un 66,7%, cuando es indispensable este conocimiento, al incidir de forma negativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En relación con los programas actuales se considera que contribuyen poco al desarrollo de la pronunciación, criterio dado por dos profesores, para un 66,7%; mientras que los tres profesores (100%) reconocen que en ocasiones realizan actividades novedosas, motivadoras y creativas y que a su vez no sistematizan las técnicas de estas, por

lo que reconocen que no propician el desarrollo de esta totalmente.

El cuestionario de prueba pedagógica se aplicó para comprobar si los estudiantes tenían dominio de los contenidos, habilidades y experiencias precedentes. Los resultados arrojaron que, en lo referido a la aplicación del sistema fonológico, de 30 estudiantes examinados, 22 estaban suspensos, lo que representa el 73,3% y 8 aprobados, para un 26,7%. En el desarrollo de habilidades de expresión oral, aprobaron 6 estudiantes (20%) y suspendieron 24, para un 80%.

Al aplicarse estos instrumentos se comprobó que los estudiantes presentaban marcadas dificultades con el desarrollo de la pronunciación, de ahí que se hizo necesario buscar una solución que contribuyera a revertir la situación diagnosticada.

El sistema de actividades fue puesto en práctica en la etapa de aplicación, para que posteriormente en la etapa de control fuera valorado mediante la aplicación de los instrumentos y el análisis de los resultados. En esta oportunidad se realizó una prueba pedagógica con la que se pudieron identificar todas las fortalezas del sistema. El cuestionario de prueba pedagógica final se aplicó para comprobar si los estudiantes podían desarrollar la pronunciación.

Los resultados arrojaron que, en lo referido a la comprensión del texto, a partir de preguntas, los 30 estudiantes examinados aprobaron, para un 100%. En cuanto a las respuestas de las preguntas, para reconocer los símbolos fonéticos, aprobaron 29, para un 97,8% y suspendió uno, que representó el 3,3%. En el desarrollo de habilidades de expresión oral, aprobaron los 30 estudiantes (100%), ya que los errores cometidos no interfirieron en la comunicación.

El análisis de la prueba pedagógica final demuestra que existió un desarrollo de pronunciación, dado por la adquisición de los contenidos para la realización de las tareas propuestas. Los estudiantes mostraron independencia a la hora de trabajar de forma individual.

Otro aspecto es que los fonemas /ð/, /v/, /θ/, /æ/, /ə/ y /dʒ/ presentan mayor dificultad de articulación para los estudiantes, debido a que estos fonemas no son frecuentes en español; por lo tanto, al estudiante de lengua le resulta sumamente complejo producirlos en sus diferentes posiciones, como /ð/ en they y como resultado, utiliza [t] o [d], sonidos mucho más parecidos a los del español. Sonidos que deben ser mencionados son la vocal frontal, baja /æ/, la cual es comúnmente sustituida por la vocal /a/ del español (por ejemplo, apple*['apel] en lugar de ['æpəl]). Esto hace que se produzca confusión entre palabras con estos sonidos al estar sustituidas entre sí.

Según los estudios de Jones (2021) el análisis discursivo y la sociolingüística que no son fáciles de identificar de manera que requieren estudio y preparación, como es el caso del dominio de la pronunciación. Tanto la corrección fonética como los procedimientos correctivos han ejercido una gran influencia en el diseño de actividades para mejorar la pronunciación, por lo que es necesario que el profesor posea bases fonéticas y psicolingüísticas en la enseñanza del inglés, para que la pronunciación sea efectiva.

Entre los procedimientos para mejorar la pronunciación se mencionan: la descripción articuladora, las oposiciones fonológicas, la transcripción fonológica / fonética y el sistema verbo tonal, a saber por la representación de los movimientos articulatorios que son necesarios para producir un sonido, el cual ha recibido críticas por considerar que no tiene en cuenta la percepción auditiva, donde el estudiante puede pronunciar en forma correcta el fonema extranjero por medio de movimientos conscientes de sus órganos articulatorios pero no llega a escuchar la diferencia entre ese fonema y otro similar.

Se realizó una encuesta final a los estudiantes de 3er año con el objetivo de comprobar la efectividad del sistema de actividades, relacionado con el desarrollo de la pronunciación. Los resultados arrojados demostraron mejores resultados en los estudiantes.

Variados han sido los métodos empleados en la enseñanza de la pronunciación, los que se deben tener en cuenta en su devenir histórico. Para este análisis se deben tener en consideración la objetividad del método, su interrelación con otros procesos y fenómenos y sus posibilidades de desarrollo. Esto indica que se tendrán en cuenta sus semejanzas y diferencias con el anterior, sus aspectos positivos y negativos pues cada uno surge en una situación concreta: condiciones, lugar y tiempo que no se pueden menospreciar al estudiarlos.

De ahí que muchas veces se trabaje con audios artificiales (no auténticos), leídos o recitados, que no permiten disparar en el estudiante inferencias acerca de cómo son realmente los fenómenos suprasegmentales en la variedad del idioma que está aprendiendo.

El nivel de conocimiento previo del inglés por parte del estudiante facilita la aprehensión de la fonología de esa lengua y lo enfrenta al hecho de escuchar sonidos que no los hay en su lengua materna o que presentan variaciones alofónicas distintas a las que ellos utilizan en esta. De la misma manera, poder interiorizar y entrenar la habilidad auditiva previamente al inicio del estudio formal de una lengua, amplía el espectro lingüístico y facilita el proceso de aprendizaje.

En la enseñanza del inglés el concepto de pronunciación debe entenderse en su sentido amplio y referirse tanto a los problemas de los sonidos como a los provocados por las características del sistema acentual del inglés y por los perfiles entonativos de esta lengua. Por tanto, la actuación del profesor de inglés debe tener como objetivo modificar estos tres aspectos de la realización de la lengua.

Conclusiones

El profesor que imparte PILI debe trabajar la pronunciación como un fundamento teórico. En la medida en que sus conocimientos aumenten gradualmente, se podrán originar cambios sustanciales en la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. El profesor desde las etapas iniciales debe desarrollar habilidades en los estudiantes que les permitan la utilización práctica de la lengua de forma eficiente.

En la propuesta se relaciona el acto de enseñar con el de aprender, aprendizaje este que se realiza a través de

métodos activos y el uso de diferentes técnicas y vías, como las actividades en las cuales intervienen el profesor y los estudiantes para lograr un fin común. Después de aplicada la propuesta, los estudiantes de 3er año mencionan la posibilidad de exagerar los sonidos, el monitoreo constante, el prestar atención a la pronunciación de estos producidos por hablantes nativos y visualizar el entorno en la palabra para detectar las variaciones alofónicas y dialectales; la identificación de sonidos y la transcripción de palabras, así como la marcación del acento en la palabra y su función en la oración son relevantes en el momento en que se articula un sonido.

Por lo que el sistema de actividades tiene que partir de métodos participativos con los cuales se aborde la pronunciación y debe incluir instrumentos y técnicas que permitan no solamente lograr un mayor y mejor aprovechamiento de la materia por parte de los estudiantes, sino también una apertura al pensamiento crítico y a la visión de los cambios necesarios, así como a la percepción interdisciplinaria y holística de las situaciones comunicativas.

El enfoque sistémico se expresa en las actividades a desarrollar que cumplen con un orden, una secuencia de aplicación y una dinámica propia, esta dinámica es dialéctica porque las actividades están relacionadas entre sí, lo que permite integrar todas las partes con una estructura lógica donde a medida que se aplica se aprecia que los componentes de mayor nivel de complejidad contienen los de menor nivel.

Referencias bibliográficas

- Addine Fernández, F., y García Batista, G. (2004). *Didáctica. Teoría y Práctica*. Editorial Pueblo y Educación.
- Backhouse, A. (2011). *Los principales problemas fonéticos y fonológicos en la enseñanza del español para extranjeros*. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:519078/FULLTEXT01.pdf>
- Bartoli, M. (2005). La pronunciación en la clase de lenguas extranjeras. *Revista PHONICA*, 1. <https://doi.org/10.1344/phonica.2005.1.%25p>
- Garbey Savigne, E., y Enríquez O'Farril, I. (2023). Tendencias actuales en la enseñanza de Inglés con fines específicos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 8 (2), 59-66. <https://rccd.ucf.edu/cu/index.php/aes/article/view/456>
- Morales, Y. L. (2017). *Sistema de actividades para el desarrollo de una correcta pronunciación de los estudiantes brasileños de la ELAM*, [tesis de maestría, Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona].
- Muñoz, A. M. (2015). *La enseñanza de la pronunciación como contribución a la mejora de la competencia oral de la lengua inglesa: una investigación sobre la percepción y la producción de la calidad vocálica en sílaba acentuada y no acentuada*, [tesis doctoral, Universidad de Córdoba]. <http://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/12878/2015000001169.pdf?sequence=1>

- Reiné-Herrera, Y., y Fundora-Ramírez, P. (2022). Metodología para el desarrollo de una nueva concepción de competencia: la lectodigital. *Atenas*, 2(58), 158-173. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8761429>
- Jones, R. H. (2021). *Viral Discourse. Cambridge Elements. Applied Linguistics*. University College London.
- Torres Águila, J. R. (2007). Las actividades en los manuales de pronunciación de inglés como lengua extranjera. *Biblioteca Phonica*, 6: http://www.publicacions.ub.edu/revistes/phonica_biblioteca/06.pronunciacion.pdf
- Valle Lima, A. (2001). *La actividad: una aproximación teórica*. ICCP

Gestión de la responsabilidad social organizacional en la Empresa Megahielo, Cantón Santa Rosa, Provincia El Oro

Management of organizational social responsibility in the Megahielo Enterprise, Santa Rosa Canton, El Oro Province

Andreína Inés González Ordóñez¹

E-mail: aigonzalez@umet.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2209-2295>

Byron Steven Noblecilla Troya¹

E-mail: byron.noblecilla@hotmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5963-6758>

¹Universidad Metropolitana. Sede Machala, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

González Ordóñez, A. I., Noblecilla Troya, B. S. (2024). Gestión de la responsabilidad social organizacional en la Empresa Megahielo, Cantón Santa Rosa, Provincia El Oro. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 104-110. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Hoy en día es importante y necesario que una empresa priorice la Gestión de la Responsabilidad Social Organizacional como una forma de mejorar su desempeño y competitividad. Es por ello que el presente artículo tiene como objetivo el analizar los efectos de la gestión de Responsabilidad Social Organizacional en los clientes internos de la empresa MEGAHIELO ubicada en el Cantón Santa Rosa, Provincia El Oro; esto le permitirá mejorar la calidad del servicio que presta y del producto que elabora la empresa, así como la responsabilidad que la misma mantiene con sus trabajadores, la sociedad y el medio ambiente. Para ello, la investigación se direccionó con un enfoque cuantitativo en donde se aplicó una encuesta a 68 trabajadores de la empresa con el fin de conocer cómo se está desarrollando la gestión de la Responsabilidad Social Interna. Con esta investigación se pudo conocer que esta empresa apoya en diversas áreas que benefician el estado personal y laboral de los trabajadores, sin embargo, aún existen algunas falencias como el apoyo económico para que sus trabajadores se preparen intelectualmente y se eduquen, con lo cual podrían mejorar su motivación, desempeño y productividad dentro de la empresa.

Palabras clave:

Clientes internos, Grupos de interés, Responsabilidad social empresarial.

ABSTRACT

Today it is important and necessary for An Enterprise to prioritize Organizational Social Responsibility Management as a way to improve its performance and competitiveness. That is why this article aims to analyze the effects of Organizational Social Responsibility management on the internal clients of the MEGAHIELO Enterprise located in the Santa Rosa Canton, El Oro Province; this will allow to improve the quality of the service it provides and the product produced by the center, as well as the responsibility that it maintains with its workers, society and the environment. For this, the investigation was directed with a quantitative approach where a survey was applied to 68 workers in order to know that the management of internal social responsibility is being developed. With this investigation it was possible to know that this Enterprise supports in various areas that benefit the personal and labor status of the workers, however, there are still some shortcomings such as financial support for their workers to prepare intellectually and educate themselves, with which they could improve their motivation, performance and productivity within the enterprise..

Keywords:

Internal customers, Interest groups, Corporate social responsibility

Introducción

Las organizaciones deben satisfacer las demandas de sus grupos de interés estableciendo relaciones y cumpliendo sus responsabilidades y obligaciones con dichos grupos a través del desarrollo de una serie de acciones que contribuyan al logro de objetivos y metas organizacionales. Uno de los grupos de interés que reconocen esto con mayor énfasis son los trabajadores, quienes se convierten en los primeros en exigir que se adopten prácticas en las empresas que contribuyan a su mejora, sin embargo, estos grupos de interés indican que hay ciertos obstáculos que hacen que se limite la disposición de cambiar ciertas actividades y mejorar su gestión.

Relacionado a lo anterior, Vargas (2012) expresa que a las empresas les compete atender las expectativas de sus trabajadores y accionistas, denominados como grupos de interés interno. Con respecto a la responsabilidad con los trabajadores, considerado el principal activo de las empresas, la Responsabilidad Social Organizacional (RSO) exige un trato equitativo y respetuoso para los empleados. Todo ello implica el respeto a los derechos constitucionales, la gestión responsable del talento humano, lo cual comprende establecer sueldos e incentivos justos, desarrollar programas de capacitación, mantener la higiene y seguridad laboral, mantener un clima laboral adecuado y positivo, entre otros aspectos.

Hoy en día las organizaciones enfrentan grandes desafíos que se enmarcan en el desarrollo de mercados, que son cada vez más dinámicos e impredecibles, y que exigen emplear nuevas formas de gestión y liderazgo para asumir los retos que conducen al éxito empresarial. La gestión de la RSO en las organizaciones juega un rol importante para los grupos de interés interno, pues deben estar atentas a todos los cambios organizacionales y cumplir con responsabilidades, porque al no hacerlo corren el riesgo de perder la posición estratégica actual de la empresa, lo que dificulta el cumplimiento de sus objetivos o metas y le resta competitividad, generando con ello grandes riesgos de pérdidas financieras.

De acuerdo con Brito et al. (2020) las empresas deben fortalecer las capacidades organizacionales con la ayuda de sus colaboradores mediante la ejecución de procesos eficientes, involucrándolos a la cadena de valor y dándoles reconocimiento, oportunidades e incentivos, con el fin de generar sentido de pertenencia cimentado en comportamientos éticos y de liderazgo. El problema se origina cuando la mayoría de las empresas no tienen el suficiente control sobre las actividades que ejecutan, el ambiente de trabajo y las condiciones que brindan a los empleados y la medición del riesgo en torno al medio ambiente y la sociedad no son los mejores; incidiendo esto en la incapacidad de la empresa hacia la toma de decisiones para hacer algo en beneficio hacia la sostenibilidad económica, social y ambiental, lo que conduce a una reducción de su eficacia.

Las formas de responsabilidad social que pueden tener las empresas son la responsabilidad social interna y la responsabilidad social externa. La responsabilidad social interna hace referencia a aquella que influye y afecta a la gestión de los recursos humanos, la seguridad y salud en

el trabajo, gestión de los recursos ambientales y del impacto ambiental, trabajadores y los propietarios o accionistas. De acuerdo con Martín (2020), la RSO interna es un enfoque de toda la empresa que responde a sus empleados potenciales, actuales y futuros. Esto se ve como una inversión necesaria en su futuro, ya que la implementación y gestión adecuada de un programa de RSO puede mejorar el ambiente de trabajo aumentando el compromiso de los empleados, estimula la creatividad y crea un ambiente de trabajo agradable. La responsabilidad social externa llega hasta al alcance de la comunidad, así como también una amplia gama de partes interesadas como proveedores, socios comerciales, consumidores, autoridades del estado y organizaciones gubernamentales que protegen los intereses del medio ambiente. Según lo indica Mora (2020), la RSO externa, mantiene diversos aspectos involucrados en los ámbitos del consumidor, el medio ambiente, los proveedores y la sociedad en general.

De acuerdo con lo que expresa Altamirano (2018), los grupos de interés de una organización, o también conocidos como stakeholders o partes interesadas, son aquellas personas jurídicas o naturales, organizaciones, colectivos o grupos que pueden influenciar o verse afectados por las acciones o decisiones que tome una empresa sea esto de manera directa o indirecta. La interacción que existe entre la organización y los grupos de intereses se basa en una comunicación transparente por medio de principios, políticas y valores.

Con relación a los grupos de interés interno de la empresa, se pueden mencionar a los empleados, que son las personas con relación de dependencia en la cual reciben una retribución económica a cambio de la prestación de servicios para la ejecución de actividades, responden a una relación jerárquica donde constantemente se evalúa su desempeño laboral y además en el campo de la RSO se toma muy en cuenta la existencia de riesgos laborales como también económicos, sociales, familiares, ambientales y profesionales.

La política de RSO que involucra la participación de los empleados comprende a las estrategias de comunicación de la empresa que favorezcan una acción informada por parte de los trabajadores, su participación en la resolución de conflictos y en la empresa de ideas innovadoras. Es decir, para que la RSO funcione debe existir también el compromiso por parte de los empleados a través del involucramiento activo en las actividades de responsabilidad social.

Respecto a la responsabilidad de la empresa con los trabajadores, es menester mencionar que para que una organización pueda laborar de manera correcta y obtener los resultados esperados su producción debe ser de calidad, y, para que esto se vea visualizado deben existir óptimas condiciones de trabajo, pero no solo eso, sino que también sus trabajadores deben obtener un trato justo, respetuoso y equitativo. Todo esto conlleva a que se mantenga una responsabilidad con los empleados de manera ininterrumpida, puesto que lo importante es velar por sus derechos constitucionales y por un ambiente laboral adecuado, según manifiestan Montañez y Gutiérrez (2015).

De igual manera, Tello et al. (2018) consideran que al momento de referirse sobre la responsabilidad social que se tiene para con los trabajadores va mucho más allá de lo referente a acciones legales, sino que también versa sobre la integridad del empleado en sí. Es decir, la responsabilidad social dentro de este grupo de interés hace hincapié en evitar que ocurra cualquier forma de explotación laboral o de denigración de la dignidad del ser humano por cuestiones laborales, esto incluye tanto ambiente laboral como remuneración.

Dentro de las responsabilidades con el cliente interno, específicamente el trabajador, Rentería (2019) menciona: a) lazos económicos y legales: es aquella responsabilidad que tiene la empresa ante el trabajador sobre un salario justo, suficiente y puntual, cumpliendo con las normas económicas y legales; b) lazos estructurales y de servicios: se refiere al posible desarrollo que brinda la empresa a los trabajadores por medio de capacitaciones y estudios especializados, y c) lazos emocionales: esto embarca a toda relación que tiene la empresa con sus trabajadores mediante la comunicación y las buenas relaciones, sea entre trabajadores y los superiores.

En tal sentido, en la presente investigación se analizan los efectos de la gestión de la RSO en los clientes internos de la empresa en estudio, específicamente en relación con los trabajadores, para ello se determinan las prácticas de RSO internas y externas aplicadas por la empresa y se identifican los lazos económicos y legales, los lazos estructurales y de servicios y los lazos emocionales que la empresa ha establecido con los clientes internos.

Materiales y métodos

El tipo de investigación que se utiliza en esta investigación es de carácter descriptivo con un enfoque cuantitativo. Se empleó un diseño no experimental de tipo transeccional o transversal, debido a que las variables que se han investigado no son manipuladas. La población estuvo conformada por 83 trabajadores de la empresa MEGAHIELO y se estableció un tamaño de muestra de 68 trabajadores. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. La encuesta estuvo conformada por 35 preguntas con respuestas cerradas establecidas en una escala de Likert (Muy de acuerdo, De acuerdo, Indiferente, En desacuerdo, Muy en desacuerdo), siguiendo en este caso el instrumento construido por Rentería (2019).

Se realizó el análisis de los datos empleando la estadística descriptiva por medio de una herramienta de soporte que es el software estadístico SPSS V 22. En este se determinó la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central (media aritmética) y las medidas de variabilidad (desviación estándar). La síntesis y descripción de los resultados se realizó utilizando la calificación media, por lo que si tiene un valor de 4 o 5 (Muy de acuerdo y De acuerdo) significa que los sujetos tienen una calificación positiva, en caso contrario, cuando la media es de 3 puntos o menos (Indiferente, En desacuerdo y Muy en desacuerdo) la calificación es negativa.

Con relación a la confiabilidad, se tomó la confiabilidad del instrumento calculada por Rentería (2019). Para ello, el investigador determinó en nivel de fiabilidad o el nivel de comprensión del instrumento empleado utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach, para lo cual aplicó una prueba piloto del 10% de la muestra estudiada, arrojando un resultado de 0,904 (altamente confiable).

Resultados-discusión

Responsabilidad Social Empresarial Interna

Los resultados obtenidos con relación a la responsabilidad social empresarial interna se presentan en la Tabla 1, donde se indica que la percepción promedio de los trabajadores de la empresa MEGAHIELO es aceptable. En tal sentido, el 61% de los encuestados muestra una baja calificación ante los programas de integración y recreación para el personal.

Por otro lado, el 75% de estos indican que están muy de acuerdo y le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación. Así mismo, el 77,9% presentó una baja calificación ante las capacitaciones a los trabajadores en temas relacionados a las labores que desempeña. De acuerdo con que, si la empresa brinda incentivos laborales a sus colaboradores, el 79,4% consideran para esto una baja calificación. El 91,2% de los trabajadores indican que están muy de acuerdo en que la empresa les brinde mejores incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral.

De la misma forma, el 95,6% de los encuestados consideran que están muy de acuerdo en que ellos prefieren los incentivos financieros (dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos y diplomas). Respecto a sus medidas de seguridad y salud, un 88,2% de los trabajadores indican que están de acuerdo en que en su área de trabajo si presentan las medidas necesarias para su desempeño.

Al igual que el 92,6% de los encuestados que también están de acuerdo en que la empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad. El 70,6% de los trabajadores están de acuerdo en que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional. Y por último, el 76,5% de los encuestados respondieron con baja calificación a las capacitaciones que brinda la empresa acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional.

Estos resultados indican la importancia de tomar en cuenta la responsabilidad social interna para mejorar las relaciones con los clientes internos. Los resultados obtenidos en la empresa MEGAHIELO (Ver Tabla 1) coinciden con muchas otras empresas que tienen algunas deficiencias en esta área, tal como lo señala Rentería (2019), quien en sus resultados expresa la necesidad de las empresas de mejorar su responsabilidad interna al realizar programas de integración para los trabajadores y considerar incentivos laborales para ellos, en especial los incentivos financieros.

Tabla 1: Resultados de Responsabilidad Interna en la empresa MEGAHIELO

Preguntas	N		Suma	Promedio	Porcentaje
	Validos	Perdidos			
La empresa realiza suficientes programas de integración y recreación para el personal	68	0	229	3	61,8%
Le gustaría que la empresa realice más actividades de integración y recreación	68	0	322	5	75%
La empresa lo capacita a usted en temas relacionados a las labores que desempeña	68	0	213	3	77,9%
Le gustaría recibir mejores incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral	68	0	210	3	79,4%
Le gustaría recibir mejores incentivos salariales como parte de su buen desempeño laboral	68	0	333	5	91,2%
Prefiere los incentivos financieros (dinero) en lugar de los incentivos no financieros (reconocimientos diplomas)	68	0	336	5	95,6%
Su área de trabajo presenta las medidas de seguridad y salud necesarias para su desempeño	68	0	275	4	88,2%
La empresa le brinda los equipos de protección personal necesarios para su seguridad	68	0	273	4	92,6%
Considera usted que son necesarias e importantes las capacitaciones en buenas prácticas de seguridad y salud ocupacional	68	0	319	5	70,6%
La empresa brinda capacitaciones acerca de las prácticas de seguridad y salud ocupacional	68	0	209	3	76,5%

Fuente: elaboración propia

Responsabilidad Social Empresarial Externa

Los resultados de la responsabilidad social externa de la empresa MEGAHIELO se presentan en la Tabla 2. Se puede observar cómo el 80,9% de los encuestados indican una baja calificación al conocer sobre la participación de la empresa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente. De la misma forma el 80,9% de estos también se consideran una baja calificación ante la participación activa de la empresa en campañas de apoyo social a la comunidad. Por otro lado, un alto porcentaje como es el 66,2% que indican que están muy de acuerdo al preguntarles si les gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad.

De igual modo, un 98,5% de los trabajadores también responden que están muy de acuerdo al considerar que el cliente es importante para la empresa y un 70,6%

Tabla 2: Resultados de Responsabilidad Externa en la empresa MEGAHIELO

Preguntas	N		Suma	Promedio	Porcentaje
	Validos	Perdidos			
La empresa participa en acciones voluntarias a favor del medio ambiente	68	0	208	3	80,9%
La empresa participa activamente en campañas de apoyo social a la comunidad	68	0	210	3	80,9%
Le gustaría participar en las campañas de apoyo social a la comunidad	68	0	315	5	66,2%
Considera Usted que el cliente es importante para la empresa	68	0	339	5	98,5%
Los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes	68	0	319	5	70,6%
La empresa brinda una buena atención a sus clientes	68	0	295	4	63,2%

Fuente: elaboración propia

Lazos económicos y legales

Respecto a los lazos económicos y legales que tienen los clientes internos con la empresa (Ver Tabla 3), se pudo conocer mediante la encuesta que el 50% de estos están muy de acuerdo con el salario que reciben, ya que este es acorde y justo al trabajo que realizan, Mientras que el 85,3% de estos indican que están de acuerdo en que el salario que reciben les permite satisfacer todas sus necesidades

nuevamente indican positivamente al considerar que están muy de acuerdo en que los servicios que brinda la empresa satisfacen las necesidades de sus clientes. Por último, el 63,2% respondieron que la empresa brinda una buena atención a sus clientes.

Estos resultados son similares a los presentados por Arpi (2013) al señalar como las organizaciones tienen falencias al formar parte de campañas sociales y las ambientales, ya que al igual que en la empresa MEGAHIELO, solo el 34% de sus trabajadores encuestados respondieron que la empresa realiza apoyo a la comunidad y cuidado del ambiente. También coinciden con los resultados reportados por López (2020) ya que al hacer las respectivas encuestas sobre el nivel de aplicación de la materia participación activa y desarrollo a la comunidad se conoce como un 42% de estos indican que es nulo, seguido por un 36% que responden medio.

personales. De igual forma el 61,8% dan como respuesta que están de acuerdo en que la empresa si cumple con las leyes laborales. Con un porcentaje similar del 67,6% de los encuestados indican que están de acuerdo al considerar que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley. El 69,1% también están de acuerdo en que las remuneraciones salariales que emite la empresa son puntuales. Para finalizar, el

75% considera estar de acuerdo en que los beneficios que ellos perciben se pagan puntualmente.

Los lazos económicos y legales que vinculan al trabajador con la empresa son necesarios para que se motive y se integre en sus actividades y sobre todo participe en la organización, por tanto, la empresa debe responder a las necesidades de los clientes internos. Estos resultados muestran que la empresa cumple con la legislación laboral, paga los salarios y beneficios en tiempo y forma, en este punto, se conoce también que los encuestados consideran que el salario que reciben es adecuado para el trabajo que realizan haciendo que la motivación por realizar un trabajo

de calidad sea mayor, lo que representa un gran beneficio para la empresa, ya que al existir un buen desempeño por parte de los clientes internos mejoran los beneficios económicos para la misma.

Al respecto, Quinto (2015) señala que, si la empresa apoya a sus trabajadores, en especial cuando este apoyo es financiero, se crea un gran vínculo y una conexión muy fuerte entre el trabajador, la empresa y su superior, generando dos grandes beneficios para la empresa como es un trabajo de mejores características por parte de su empleado y un crecimiento intelectual y profesional de la empresa, esto es algo que se valora mucho en la calidad de su producto.

Tabla 3: Resultados de Lazos Económicos y Legales del grupo de interés interno con la empresa MEGAHIELO

Preguntas	N		Suma	Promedio	Porcentaje
	Validos	Perdidos			
El salario que percibe es acorde y justo al trabajo que realiza	68	0	302	5	50%
El sueldo que percibe satisface sus necesidades	68	0	267	4	85,3%
La empresa cumple con las leyes laborales	68	0	286	4	61,8%
Considera que las utilidades se distribuyen de acuerdo a ley	68	0	284	4	67,6%
Las remuneraciones salariales son puntuales	68	0	256	4	69,1%
Los beneficios que percibe se pagan puntualmente	68	0	257		75%

Fuente: elaboración propia

Lazos estructurales y de servicio

De acuerdo a los lazos estructurales y de servicio (Ver Tabla 4), los trabajadores de la empresa MEGAHIELO indican que están en desacuerdo al preguntarles si la empresa le brinda financiamiento para estudios, esto respuesta correspondió al 75% de los trabajadores. De la misma forma, se pudo constatar que 85,3% de los encuestados indicaron que estarían muy de acuerdo en que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional.

Este resultado indica que los trabajadores consideran que la empresa en la que trabajan no le facilita el acceso a la educación, ni les proporciona apoyo y facilidades para sus estudios, como por ejemplo, becas o cursos, lo que evidencia que la empresa no se encuentra interesada en apoyar a que sus trabajadores crezcan académicamente, siendo esto un aspecto negativo para el desarrollo para la intelectualidad de la empresa.

Por su parte, el 89,7% de los trabajadores están de acuerdo al considerar que se encuentra en total capacidad de cumplir con las actividades que la empresa le solicita. Igualmente, el 50% de los trabajadores está muy de acuerdo en que la empresa participe en proyectos para cumplir con sus actividades.

Estos resultados coinciden con los obtenidos por Rentería (2019) en relación a la falta de apoyo financiero a los trabajadores para que estos realicen estudios, es por ello que puntualiza la importancia de este tipo de apoyo económico, ya que de esa forma se fortalecen los lazos estructurales con la empresa, siendo este resultado similar al resultado que se obtuvo con la empresa MEGAHIELO, conociendo que es uno de los puntos que la empresa no otorga gran prioridad.

Tabla 4: Resultados de Lazos Estructurales y de Servicio en la empresa MEGAHIELO

Preguntas	N		Suma	Promedio	Porcentaje
	Validos	Perdidos			
La empresa le brinda financiamiento para estudios	68	0	160	2	75%
Le gustaría que la empresa le brinde beneficios o facilidades para su superación profesional	68	0	324	5	85,3%
Considera que se encuentra en total capacidad de cumplir con las actividades que la empresa le solicita	68	0	271	4	89,7%
La empresa participa en proyectos para cumplir con sus actividades	68	0	302	5	50%

Fuente: elaboración propia

Lazos emocionales

En lo que respecta a los lazos emocionales (Ver Tabla 5), se pudo conocer que el 86,8% de los encuestados indican que están muy de acuerdo en que la empresa si ofrece la oportunidad de desarrollar su carrera dentro de la misma. Por otro lado, el 85,3% indican que están de acuerdo en

identificarse con la empresa MEGAHIELO y con el logro los objetivos de la misma.

El 57,4% indican que también están en de acuerdo en que durante los últimos meses ellos si han recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo. De la misma forma, el 61,8% de estos indican que están de acuerdo

en que el supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales. Un 54,7% consideran en que sus opiniones son tomadas en cuenta. Así mismo el 88,2, también respondieron de acuerdo al preguntarles si existe buena relación entre sus compañeros de área.

El 89,7% consideran que están de acuerdo en que la comunicación entre los miembros de su área es fluida. Al igual que en la pregunta anterior, un 89,7% de los encuestados indican que están de acuerdo en que ellos si reciben en forma oportuna la información que requieren para desarrollar su trabajo. Y por último, el 85,3% de los trabajadores de la empresa están de acuerdo en que existe una comunicación asertiva con su jefe directo.

Los lazos emocionales de los trabajadores con la empresa son necesarios para lograr un mayor compromiso e identificación con la organización, los empleados que mantienen una relación afectiva positiva con la empresa ayudan al logro de los objetivos de la organización, por lo que se

deben esforzar no sólo en mantenerlas sino también en fortalecerlas.

Si bien los empleados de la empresa MEGAHIELO se identifican con la organización y logran sus objetivos, de la misma forma, la comunicación y las relaciones dentro de la organización son buenas, además de que la empresa proporciona a los empleados una trayectoria profesional, aprecia sus logros en el trabajo, hace frente a los problemas profesionales y personales y toman en cuenta sus opiniones siendo esto muy beneficioso para la empresa, ya que esto les ayuda a que los trabajadores generen lazos con la empresa y sus compañeros, convirtiendo un ambiente de trabajo favorable para el desarrollo del mismo.

De acuerdo con Rentería (2019), cuando existe una comunicación fluida entre los trabajadores de la empresa y los jefes directos, se genera un mayor desarrollo laboral, ya que los lazos emocionales se fortalecen y los empleados se sienten más a gusto al trabajar en la empresa.

Tabla 5: Resultados de Lazos Emocionales en la empresa MEGAHIELO

Preguntas	N		Suma	Promedio	Porcentaje
	Validos	Perdidos			
La empresa ofrece apoyarlo en el desarrollo de su carrera	68	0	331	5	86,8%
Se identifica con la empresa Megahielo y con el logro los objetivos de la misma	68	0	270	4	85,3%
En los últimos meses ha recibido reconocimientos o elogios por hacer un buen trabajo	68	0	244	4	57,4%
El supervisor directo se preocupa por sus problemas laborales y personales	68	0	250	4	61,8%
Considera que sus opiniones son tomadas en cuenta	68	0	282	4	54,7%
Existe buena relación entre sus compañeros de área	68	0	272	4	88,2%
Considera que la comunicación entre los miembros de su área es fluida	68	0	271	4	89,7%
Recibe en forma oportuna la información que requiero para desarrollar su trabajo	68	0	271	4	89,7%
Se comunica asertivamente con su jefe directo	68	0	270	4	85,3%

Fuente: elaboración propia

Conclusiones

La empresa mantiene en práctica una adecuada gestión de responsabilidad social organizacional interna, de acuerdo a los resultados de estudio. Este resultado se da debido a que la empresa apoya a sus empleados brindando equipos adecuados de protección y su área de trabajo presenta sus medidas de seguridad y salud ocupacional para todo su desempeño, a pesar de ello hay que tomar en cuenta ciertos puntos importantes para un correcto desarrollo de la empresa.

En la empresa se realizan prácticas de responsabilidad social organizacional externas de forma limitada, debido a que la misma no tiene una participación activa y recurrente en acciones voluntarias a favor del medio ambiente y en campañas de apoyo social a la comunidad, lo cual perjudica en gran magnitud a la empresa, ya que lo desvincula de una relación directa con la responsabilidad social externa y sus grupos de interés.

Los lazos económicos y legales que la empresa desarrolla con sus clientes internos son positivos, puesto que

el salario que estos perciben está acorde al trabajo que realizan y que la empresa cumple con sus leyes laborales distribuyendo utilidades adecuadas y entregando remuneraciones y beneficios puntualmente.

Los lazos estructurales y de servicios que la empresa MEGAHIELO tiene con los clientes internos de la empresa son de un nivel muy bajo, ya que la empresa no apoya a sus trabajadores de forma económica para que estos puedan tener un mejor acceso a los estudios. Esto es importante y necesario ya que mientras los trabajadores crecen intelectual y profesionalmente la empresa crece junto con ellos y mantienen un mejor desarrollo.

La empresa mantiene lazos emocionales fuertes con los clientes internos puesto que estos se comprometen a desarrollar su carrera con la empresa, de la misma forma, la empresa brinda reconocimientos y da elogios por el trabajo que realizan, considera sus opiniones y existe una adecuada comunicación entre el empleado y sus jefes directos, favoreciendo en gran manera el desarrollo y éxito de la empresa.

Referencias bibliográficas

- Altamirano, S. A. (2018). Identificación de los Stakeholders y conflictos de interés en las Cooperativas de Ahorro y Crédito del Ecuador. *Visión de futuro*, 22(2), s/p. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082018000200003.
- Arpi, A. (2013). *Propuesta de Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, y su registro en el Sistema Contable en la empresa CADITEX*, [tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/5247>
- Brito, C., Pitre, R., y Cardona, D. (2020). Clima Organizacional y su Influencia en el Desempeño del Personal en una Empresa de Servicio. *Información tecnológica*, 31(1), 141-148. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100141>.
- López, J. (2020). *Propuesta de un manual de responsabilidad social empresarial para empresas productoras y comercializadoras de café, caso de estudio Café Indera de la ciudad de Loja*, [tesis de grado, Universidad Nacional de Loja]. <https://repositorio.catie.ac.cr/handle/11554/11753>
- Martín, E. (2020). La Responsabilidad Social Empresarial Interna: Gestión Estratégica Responsable de los Recursos Humanos. *Trascender, contabilidad y gestión*, 5(13), 74-83. <https://doi.org/10.36791/tcg.v13i0.80>.
- Montañez, S., y Gutiérrez, S. (2015). *La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés* (Primera ed.). Centro de estudios e investigaciones para el desarrollo docente. Cenid AC.
- Mora, A. (2020). *Responsabilidad Social Empresarial Externa*. Editorial Académica Española.
- Quinto, I. (2015). *Elaboración de plan de responsabilidad social empresarial para Astilleros Navales Ecuatoriano*, [tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana Ecuador]. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/9959>
- Rentería, J. (2019). *Responsabilidad Social Empresarial para lograr la mayor identificación de los Clientes Internos de la Empresa Ransa Comercial S.A. Paita 2019*, [tesis de grado, Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/47515>
- Tello, G., Agila, M., y Legarda, C. (2018). La responsabilidad social empresarial corporativa y su incidencia en el ámbito laboral en Ecuador. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(5), 60-69. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n5/2218-3620-rus-10-05-60.pdf>.
- Vargas, J. (2012). Organización del trabajo y satisfacción laboral: un estudio de caso en la industria del calzado. *Nova scientia*, 4(7), 172 - 204. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-07052012000100008.

La transferencia tecnológica del sistema de balanza de la aduana de Cienfuegos

The technological transfer of the customs balance system in Cienfuegos

Adis López Montalván¹

E-mail: amontalvan@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-4149-9027>

Salvador David Soler Márchans¹

E-mail: dsoler@ucf.edu.cu

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9530-866X>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

López Montalván, A., Soler Márchans, S.D. (2024). La transferencia tecnológica del sistema de balanza de la aduana de Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1),111-116. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La transferencia tecnológica constituye en la actualidad una herramienta de gran importancia en los procesos empresariales y organizacionales, dado el valor que posee en el perfeccionamiento tecnológico y económico. El análisis del proceso de transferencia tecnológica en el sistema de balanza de la Aduana Cienfuegos a partir de sus estructuras, sistematización de su uso, perspectiva de su análisis e implementación, permite conocer cómo se manifestó en las esferas y condiciones económicas, organizativas, culturales y técnicas en dicha institución. El artículo analiza desde la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología el proceso de transferencia tecnológica en la automatización del sistema de balanzas en la Aduana Cienfuegos entre 2010-2019. Se utilizan diversos métodos y técnicas de investigación como la revisión bibliográfica documental, la observación y la entrevista. Se concluye que el sistema de balanzas implementado en la Aduana Cienfuegos data del año 2012 con un alto nivel de obsolescencia y por lo tanto se requiere generar proyectos propios de ampliación de la innovación..

Palabras clave:

Transferencia tecnológica, Enfoque CTS, Automatización, Sistema de balanza aduanera

ABSTRACT

Technology transfer currently constitutes a tool of great importance in business and organizational processes, given the value it has in technological and economic improvement. The analysis of the technological transfer process in the Cienfuegos Customs scale system based on its structures, systematization of its use, perspective of its analysis and implementation, allows us to know how it is manifested itself in the economic, organizational and cultural spheres and conditions techniques in the institution. The article analyzes from the perspective of social studies of science and technology the process of technological transfer in the automation of the scale system at Cienfuegos Customs between 2010 and 2019. Various research methods and techniques are used, such as documentary bibliographic review, observation and interviews. It is concluded that the scale system implemented in Cienfuegos Customs dates back to 2012 with a high level of obsolescence and therefore it is necessary to generate our own projects to expand innovation.

Keywords:

Technology transfer, CTS approach, Automation, Customs balance system

Introducción

En la contemporaneidad todos los procesos están regidos por y desde la tecnología. El dominio, la asimilación, aprendizaje y modernización de la transferencia tecnológica al contexto particular es indispensable para la vida humana. A juicio de Londoño et al. (2018) la transferencia de tecnología “comprende el proceso de aprendizaje para entender, utilizar y replicar las tecnologías adquiridas, incluyendo la capacidad para escogerla, adaptarla e integrarla a las condiciones locales del receptor” (p.13).

La distinción entre técnica y tecnología tiene base histórica, ya que la aparición de la tecnología se relaciona con las revoluciones científica e industrial, entre los siglos XVI al XVIII como consecuencia de las políticas de la ciencia y la tecnología aplicada al proceso productivo, social, cultural y tecnológico que garantizan la aplicación de estas a todas las esferas de la sociedad (Núñez, 2007). Desde la perspectiva actual y según las condiciones y valoraciones existentes sobre la transferencia tecnológica se debe partir del concepto de tecnología como, conocimiento socialmente aplicado, en una estrecha relación con la cultura. Se expresa a través de elementos culturales, materiales e inmateriales y las manifestaciones que de ellos se desprenden como el lenguaje, las costumbres, tradiciones de sus prácticas, los hábitos con ponderación en los implementos y saberes, están abiertos para la transferencia unilateral o el intercambio bilateral.

Dentro del enfoque sistémico, Pacey (1990) propone comprender la tecnología sobre la base de una práctica social, con una serie de componentes interrelacionados. Por su parte, Quintanilla (1988) afirma que la noción de sistema ha servido para definir la tecnología, como sistemas de acciones intencionalmente orientados a la transformación de objetos concretos, para conseguir de forma eficiente un resultado valioso.

Según Núñez (2007) en la actualidad la ciencia y la tecnología están sometidos a una sistematización teórica y metodológica. Los presupuestos teóricos se sustentan en una visión social e integral y para su fundamentación es preciso analizar sus conceptos y los procesos relacionados con otras problemáticas afines con ellas como la historia de la ciencia, las perspectivas de las tecnologías, la visualización y formas de empleos en las más diversas esferas de la sociedad.

La tarea de efectuar semejante análisis exige un vuelo de síntesis teórica tal que logre captar los puntos focales del entramado histórico y conceptual de las diversas tendencias que se han destacado en el proceso de formación y desarrollo de las tradiciones fundamentales en el Movimiento internacional de estudios CTS. Es decir, “captar esos puntos focales (Núñez, 2007, p.110).

La transferencia tecnológica constituye uno de los esfuerzos esenciales en la actualidad para comprender el desarrollo territorial y en especial los procesos productivos que en ellos se generan. El estudio de este proceso exige un alto grado de multidisciplinariedad, sobre todo con el empleo de las ciencias de la automatización para la comprensión de los significados. Los aportes construidos en la actividad científica y tecnológica favorecen una nueva

visión de ese complejo y multifacético fenómeno social que en la actualidad se denomina *tecnociencia*.

La transferencia de tecnologías requiere además de alianzas estratégica entre diferentes actores y gestores sociales (estatales y privados) con el objetivo de incentivar la creación y desarrollo de los procesos tecnológicos y sus prácticas en función de legitimar el intercambio de conocimiento, prácticas y representaciones materiales e inmateriales. De ahí, la necesidad de trazar herramientas jurídicas que legitimen los ingresos en las transferencias, las formas de intermedios, colaboración y utilidad de las prácticas tecnológicas y sus procesos como los acuerdos deliberados entre el transmitente y el receptor de la tecnología (Conti y Briceño, 2015)

Al respecto Losa (2021) afirma que

Es importante considerar con objetividad los aspectos contractuales que regulan el conocimiento o productos a ser transferidos. De acuerdo a la indagación realizada el propósito de una transferencia tecnológica no está restringido a la cesión de patentes y maquinarias. Involucra además el intercambio de fórmulas, software, operaciones, estilos, métodos, tendencias y datos (p.27).

La investigación está encaminada a analizar desde la perspectiva de los estudios sociales de la ciencia y la tecnología (CTS) el proceso de transferencia tecnológica vinculado al sistema de balanzas en la Aduana Cienfuegos entre 2010-2019. Para ello se caracterizó a la Aduana en la provincia de Cienfuegos, se identificaron los principales procesos relacionados con la transferencia tecnológica en la automatización del sistema de balanzas de esta institución en el periodo señalado, y se determinaron los principales resultados de esta transferencia tecnológica.

Materiales y métodos

La propuesta es un estudio de caso exploratorio, que desde el paradigma cualitativo busca comprender el fenómeno estudiado. El estudio de caso es definido por Denny (1978 citado por Rodríguez, 2004) como un examen completo o intenso de una faceta, una cuestión o quizás los acontecimientos que tiene lugar en un marco geográfico a lo largo del tiempo.

Para alcanzar el objetivo propuesto, la investigación utiliza métodos teóricos como el histórico-lógico e inducción-deducción. Dentro de los métodos empíricos se apoyó en el análisis documental, la guía de observación y la entrevista en profundidad, así como en el grupo de discusión. Se trabajó con una muestra no probabilística intencional, pues se requirió del personal vinculado a las acciones y prácticas del sistema de balanza de la aduana de amplia experiencia, y de los directivos y oficiales con conocimiento del sistema.

Resultados-discusión

La Aduana en Cuba tras el Triunfo de la Revolución

Con el triunfo de la Revolución, se establece en la Ley No. 934 del 23 de febrero de 1961 la creación del Ministerio del Comercio Exterior, lo que representa una forma nueva de organización de la actividad aduanera en el período

revolucionario. La Ley dispuso en el artículo 1, inciso f), entre otras funciones la de discutir, redactar y suscribir convenios; así como los tratados comerciales y aduaneros (Losa, 2021). Sin embargo, en el artículo ocho de esta Ley se limitó las acciones a ejecutar por la Aduana, entre ellas las funciones recaudadoras y fiscalizadoras, realizadas históricamente por las oficinas de Aduanas de todos los puertos y aeropuertos del país.

Tal decisión limitó la gestión aduanera, en particular sobre el cobro arancelario, importante para los países supeditados a su comercio exterior. En estos países el arancel obra como elemento de orden por excelencia en su política económica, al permitir, mejores vínculos en el comercio exterior; además de significar una fuente suplementaria de ingreso para el presupuesto nacional y lograr un relativo balance entre los precios internos y externos.

Entre 1963 y 1982 los niveles de subordinación de la Dirección de Aduanas se caracterizan como irregulares y desordenados. Se evidencia, en primer lugar, en el traspaso de la Dirección de Aduanas del Ministerio de Comercio Exterior al Ministerio de Transporte en 1967. Para el año 1970 es supeditada al Ministerio de Marina Mercante y Puertos, y subsiste hasta 1976, cuando se subordina la Dirección de Aduanas al Comité Estatal de Finanzas, disposición que se mantiene hasta el año 1982.

Al respecto Losa (2021) declara

Esa subordinación conspiraba con la toma de decisiones y separaba a la Aduana de su misión principal tratando de controlar todas las mercancías a la entrada y salida del país lo que la hacía responsable de todo, en vez de fiscalizar el cumplimiento de las normativas y cobrar las disposiciones fiscales. Estos factores propiciaron que las funciones operativas, distintivas de la actividad, es decir, inspección y control aduanero, se subordinaran a los intereses de la gestión principal del organismo que la representaba, no permitían, por tanto, ejercer con la eficacia requerida su verdadera misión. (p.22)

El Convenio de Colaboración y Ayuda Mutua en cuestiones Aduanales, suscrito en Berlín en 1962, constituye el documento rector de las relaciones entre las Aduanas de los países Socialistas, influyendo decisivamente para la colaboración bilateral y el fortalecimiento de las relaciones con sus homólogas del campo socialista, y permitiendo ganar en conocimiento acerca de sus legislaciones y prácticas operativas. Mediante este convenio los países mantenían una actualización en cuanto a sus disposiciones Aduanales, arancelarias y de control de carácter interno e internacional (Gálvez, 2017).

La inclusión de Cuba al mencionado convenio permitió establecer, por medio de la Oficina de Asesoría un perfil de trabajo colaborativo. En la obra de Gálvez (2017) se señalan informaciones que demuestran lo prolífico que fue el año 1973 en materia de intercambio de conocimientos, tales como: -IV Reunión de Expertos en la lucha contra el contrabando, celebrada del 5 al 8 de junio en Praga, Checoslovaquia. -XV Reunión del Grupo de Expertos celebrada del 18 al 22 de junio en Bulgaria. -XV Conferencia de Directores de Aduanas de países Socialistas celebrada del 1 al 5 de octubre en Hevis, Hungría, donde quedó

propuesta Cuba para la sede de la XVI Conferencia. De esta manera los técnicos y especialistas se ponen en contacto con nuevas tecnologías en contextos diferentes de desarrollo socialista y con herramientas, objetos y técnicas desconocidas y necesarias ante el progreso comercial. Esta es una etapa donde predomina la transferencia de conocimientos. Precisamente, los criterios referidos con anterioridad permiten apuntar la importancia que fue adquiriendo la formación, enseñanza y capacitación en temas de Aduanas.

A consideración de Gálvez (2017)

Comienza así () la instrucción y apropiación de conocimientos de los funcionarios que representaban la ejecución de la política fiscal del país en frontera. Esto constituye una muestra auténtica de transferencia de conocimientos. Se implanta una estrategia de formación institucional y, en 1981 la Aduana asumió la formación de los especialistas (Técnico Medio en Aduana) al crearse el Instituto Nacional de Formación Aduanera (INFA), entonces vinculado al Ministerio de Educación. (p. 229)

Los instrumentos de uso diario facilitaban la medición, peso y cobro de derechos de tonelaje. En los muelles y almacenes se usaban romanas o balanzas, varas graduadas para la medición y valoración cualitativa de sustancias en estado líquido, así como varas de inspección aguzadas en el extremo para detectar falsos fondos que facilitarían la ilícita actividad de contrabando.

Entre 1980 y 1990 se realizan transformaciones en el orden de la tecnología como el uso de télex, comunicación de walkie-talkie y un teléfono. En ese año se instala la primera microcomputadora en la Delegación o Casa Matriz.

La creación de la Técnica Canina en nuestra ciudad se ubica en el año 1983 al establecerse en el distrito portuario 2 de la zona industrial de buques dos, unas casetas para can recopiladas, es posible plantear que, en esta etapa, la transferencia de conocimientos estaba basada en la transmisión práctica de saberes, elementos técnicos y experiencias personales acumuladas en el adiestramiento a los trabajadores que se incorporaban a la actividad.

A partir del año 1990 comienza una nueva etapa para la Aduana Cubana con el inicio de un proceso de la modernización que se extiende hasta nuestros días, con nuevos retos y escenarios de desempeño, en aras de salvaguardar las fronteras de la nación. La tecnología se desarrolla en un contexto empresarial particular.

Se desarrolla a partir de la Resolución 9/2005 del Jefe de la Aduana General de la República de Cuba (AGR). A partir de aquí la Aduana Cienfuegos tiene como misión ejecutar la política aduanera y tributaria para el tráfico internacional de mercancías y viajeros, el control de los medios que los transportan, el enfrentamiento dentro de su jurisdicción y garantizar las competencias para enfrentar los hechos que ponen en riesgo la seguridad y protección de la sociedad socialista, la economía nacional y la salida internacional, con una adecuada coherencia de actuación comercial y financiera.

Como procesos la organización está sustentado en los valores morales y éticos defendidos por la unidad de sus

trabajadores y el cumplimiento de los objetivos; Se destacan valores además como la amabilidad que determina una atención cortés, respetuosa, firme y profesional con un trato agradable, sencillo y educado, expresión de las normas de educación para un actuar diligente y efectivo; la discreción que genera acciones para ser un trabajador reservado, prudente.

Por otra parte otro de los valores que están dirigidos a la ejecución de los deberes y derecho de preservar la información aduanera sensible a los intereses del país y del organismo que junto a la fidelidad garantiza la lealtad incondicional a la Patria, a la Revolución Socialista, a los líderes, al Partido y a, prestigio de aduana que garantiza otro valor: el compromiso con el colectivo laboral y sentido de pertenencia a su institución.

Otros valores están relacionados también con la importancia y responsabilidad de la organización en el uso y mantenimiento de las tecnologías dentro de los que se encuentran la integridad que valora la calidad de íntegro, entereza. Además, resulta el valor asimilación de los deberes y derechos rechazando toda manifestación delictiva y la doble moral en el ámbito aduanero. Muestra del honor y la dignidad por el lugar que se ocupa y el papel que se desempeña.

Por último, los valores de patriotismo socialista que facilitan una actitud revolucionaria, emprendedora y transformadora ante la realidad en correspondencia con la firmeza de los principios políticos-ideológicos. Ello se conjuga con los valores de fidelidad a las tradiciones revolucionaria. Ello se consolida con el valor de responsabilidad que facilita una actuación consecuente y oportuna del individuo en el cumplimiento de los deberes y derechos en expresión del compromiso consciente en el actuar conforme a normas establecidas y con sujeción a la ley y a la ética profesional aduanera.

Historia de la Aduana en Cienfuegos

La Aduana en la provincia de Cienfuegos tiene su origen dentro de la Comandancia de Marina y Ayudantía de Matrículas, a cuyo mando estaba el Capitán del Puerto y el capitán de fragata Félix Bouyón. De ahí que la tradición oral cienfueguera ubica la oficina en la calle Bouyón, la cual contaba con cuatro aduaneros de resguardo dirigidos por un oficial, bajo el cargo de Administrador de Rentas de la Aduana.

El gran tráfico marítimo en el siglo XIX se desarrollaba considerablemente a través de diversas formas de comercio, a partir el crecimiento de cabotaje y del mercado exterior con países como Estados Unidos, España, Inglaterra y Francia. Ello originó un gran volumen de mercancías a partir de los reglones productivos fundamentales, con base en la industria azucarera vinculada a redes de comercialización y a movimientos de cargas como el ferrocarril lo que obligó a la implantación de un sistema de pesas con base en la clasificación española de medición.

El desarrollo mercantil que iba alcanzando la ya oficialmente Villa de Cienfuegos fue lo que propició en 1830 las primeras gestiones para obtener un inmueble propio e

independiente para la Aduana at hoc, lo que evidencia la importancia económica del flujo de movimientos de buques y cargas. La actividad principal de esta oficina lo constituía la realización del cobro de los derechos de las Aduanas Reales y municipales, propuesta realizada a la comisión de población por el fiscal de la Real Hacienda de La Habana y que en sus dictámenes proponía la creación de arbitrios y fondos para llevar a cabo el censo de tierras que pagaban los nuevos pobladores.

Durante el siglo XIX se produjo un rápido progreso debido a los muchos ingresos que entraban por concepto de las cajas de la Aduana. Esta situación permitió que el Señor Superintendente General de Hacienda elevara a la administración de tesorería de las Rentas Reales, al rango de primera y segunda clase donde el sistema de pesas constituía un importante rubro de control y de mercantilización de los productos que se comercializaban. De ahí que fuera necesario establecer cambios técnicos en la maquinaria empleada para el pesaje de bultos y toneles, así como en los procedimientos formales de despacho.

En 1901 el presidente norteamericano desde Washington y a través de la Orden No. 173, proclamó las nuevas Ordenanzas de Aduanas para los puertos de la Isla de Cuba. Dicho documento regiría, en lo adelante, el funcionamiento de las Aduanas Cubanas y entre otras muchas disposiciones las dividía en dos clases; las de primera categoría, Ordenanzas de Aduana de la República de Cuba para el régimen, y guía de los empleados de las Aduanas.

La tecnología del sistema de balances estuvo dirigida por el Jefe de Vistas Rafael Siverio Céspedes y el Jefe de Importación Federico Grumer. Además, existía la denominada Cooperación de Agentes de Aduana del Puerto, integrada por hombres conocedores de todo lo relacionado con la vigilancia. Algo muy significativo durante este período histórico fue que la Capitanía del Puerto de Cienfuegos estaba instalada en el propio edificio que ocupaba la Aduana.

El trabajo estaba enmarcado en la responsabilidad del Capitán del Puerto, quien tenía sus oficinas en la planta alta de este inmueble y controlaba el movimiento aduanal. Además del Departamento de Cajas que facilitaba las operaciones diarias, a partir de 1930 Cienfuegos tendrá un desarrollo sustentado en la relación puerto marítimo-ferrocarril y el aéreo, lo que exigió nuevas formas de control, jerarquizando los sistemas de balanzas mecánicas.

La Aduana entre 1902 y 1958 tuvo como única y principal misión, ser la recaudadora de los dividendos obtenidos de la aplicación del arancel en el intercambio comercial. Dicho monto de recaudación era en su totalidad un aporte decisivo al financiamiento del presupuesto estatal.

En la primera mitad del siglo XX, las personas designadas a ocupar plazas en la Aduana fueron seleccionadas en su mayoría por haber prestado servicio en la gesta independentista. De ellos, algunos tenían formación profesional por haber desarrollado una superación autodidacta o adquirido en cursos de Economía.

Sistema de Balanzas Aduaneras

El desarrollo de las tecnologías del sistema de balanzas se ampara en el objetivo estratégico que tributa al desarrollo e implementación de las transferencias tecnológicas y por la vinculación de esta al desarrollo informático y tecnológico. Ello garantiza el coeficiente de disponibilidad técnica de los medios de detención y control, y de la red para su conectividad. De ahí que en el contexto empresarial esto es de valor significativo en la protección de la ciencia, la tecnología y la innovación.

El sistema de balanzas como tecnología permite elevar la productividad del trabajo aduanero y los mecanismos de coste-beneficio, así como su incidencia en los demás factores del entramado social, y organizacional que la emplea. Además, en el orden social comunitario las tecnologías de balanzas afectan las relaciones interpersonales, los elementos identitarios que los caracterizan en diversas dimensiones, así como las condiciones físicas del contexto empresarial y sus entornos, que junto a los impactos estéticos evidenciados en las modificaciones apreciables en el entorno social donde se implementa una tecnología como es el caso de los aeropuertos, sus entornos, sus formas de protección y actuación, entre otros (Moya Padilla, 2002).

El sistema de balanzas estudiadas son tecnologías digitales importadas de China que llegan al aeropuerto procedente de la Habana. Este es un equipamiento comprado para unificar los pesajes en los aeropuertos cubanos. El sistema se instala en el 2010 en Hawer Linus y la base de datos se utiliza desde un software denominado Sistema de Despacho SDP (Sistema de Despacho Persona), el cual es elaborado por el departamento de Dirección de la AGR y se actualiza mensualmente desde la Habana y tiene una depreciación tecnológica del 15 %.

Las balanzas son esenciales dentro de uno de los procesos de mayor importancia en el aeropuerto pues sirven para registrar datos como: Pasaporte, Categoría (se llena cuando se selecciona), Edad, Moneda (se llena cuando se selecciona la categoría), Temporalidad si tiene alguna pendiente, Importaciones (cantidad de importaciones en un año), No. Vuelo y Fecha si existe el cruce en frontera de ese pasajero, y el nombre y apellidos del pasajero al que se le está realizando el despacho. Se realiza a partir de las categorías asociadas a cada pasajero.

Se muestra en pantalla el Peso, Valor por Peso, Valor por Equipo, Valor Aduana y Total a Pagar y un resultado asociado al despacho. Este resultado puede ser Exento de Pago, A Pagar o Banco de Revisión. El resultado se obtiene a partir del valor aduana que se obtenga de la suma del valor del peso y la suma de los valores de los equipos declarados. En un despacho de pasajeros se controla la cantidad de bultos pesados y no pesados de cada despacho que se hagan, se muestran los datos de la declaración de los equipos a la cual se accede y finalmente se da finalizar el despacho.

En la observación realizadas durante el proceso de investigación se evidencia que la tecnología empleada está compuesta por un conjunto de equipos e instrumentos como son: Báscula de piso 1, 1.mts, marca HIB de color gris y azul sin número de serie, como símbolo de identificación

de la tecnología dentro de la actividad del aeropuerto se compone de un monitor de color negro marca ELO con número de serie 728102634C, touch screen marca Epson con número de serie J4PF015037 de color negro, Lector de Pasaporte marca RoHS de color negro con número de serie 1132627, escáner de color negro marca Honeywell con número de serie 2R12471731.

Las pesas se emplean para regular las actuaciones aduaneras de gran importancia en cuanto a la calidad y uso de los procesos aduaneros de despacho, como son: despacho a pasajeros, Equipajes no acompañados, Franquicia Diplomática, Menaje de Casa y despacho complementario.

En entrevista efectuada con trabajadores del área de Balanzas se pudo comprobar que las tecnologías se compran en el exterior fundamentalmente y por tanto la Aduana de Cienfuegos funciona como usuario de tecnologías producidas en el exterior, lo que reduce las oportunidades para desarrollar un proceso de negociación que propicie generar durante la compra mecanismos de transferencia tecnológica más eficaces en el sistema de balanza en función de procesos más eficientes. Ello requiere por tanto constante acción vinculada al dominio de las mismas y su desarrollo. Pero se carece de la capacidad para llevar hacia delante proyectos de desarrollo propios, pero estos esta obstaculizado por el hecho de que las innovaciones tecnológicas escasamente son el resultado de la Investigación y el Desarrollo (I+D).

En las entrevistas realizadas se aprecia que los cambios tecnológicos existentes son el resultado de adaptaciones requeridas en el mejoramiento de la actividad aduanera para explotar y perfeccionar las tecnologías importadas, y responde a las exigencias de los creadores de las tecnologías de balanzas, sobre todo a la manera de expresar sus usos en la actividad aduanera sustentadas en la adopción y/o adaptación de tecnologías importadas, incrementar su valor de uso de la misma y sus flujos dentro de la actividad aduanera en los diversos contextos

Los cambios tecnológicos existentes son el resultado de adaptaciones o innovaciones del Departamento de Desarrollo de la AGR en función de garantizar mejoras en las tecnologías importadas, y para la búsqueda de eficiencia en el proceso o parte de él. Se caracterizan por ser de carácter incremental, sustentadas en la adopción y/o adaptación de tecnologías importadas.

La depreciación por la obsolescencia programada u obsolescencia planificada en el 15% es la determinación o programación del fin de la vida útil de un producto, de modo que, tras un período de tiempo calculado de antemano por el fabricante o por la empresa, éste se torne obsoleto, no funcional, inútil o inservible por diversos procedimientos, por ejemplo, por falta de repuestos, induciendo a los consumidores a la compra de un nuevo producto que lo sustituya. Para ello la aduana incluye los siguientes aspectos: económico-financiero, social, técnico de seguridad y salud del trabajo con un monto ascendentes a 30.000 pesos anuales y está en función de la reposición y adquisición de estos equipos, lo que permitirá mejorar el equipamiento tecnológico existente.

Estas acciones están determinada dentro de su plan del presupuesto de gasto, así como, los siguientes servicios (revisión, mantenimiento, calibración, certificación de las pesas establecidas), teniendo en cuenta las regulaciones de la Unidad Territorial de Normalización. Según la estadística económica de la aduana, la reposición entra en el denominado plan de reposición y fortalecimiento de la técnica fundamental con número de inversión 003049.

Como se puede observar la interacción refleja las relaciones recíprocas que se producen en el interior del entramado socio-técnico, y evidencian las repercusiones de la tecnología sobre la sociedad en este caso los pasajeros y el despacho de carga y las repercusiones que tienen en sectores tan sensibles como el tráfico intencional y nacional de pasajeros.

Por otra parte, la actividad de las balanzas en la aduana se sustenta en el uso de esta tecnología para afrontar en el comercio internacional la aceleración de los cambios tecnológicos y la globalización (Moya Padilla, 2002). Su alta sensibilidad en la actividad aduanera con diversos grupos sociales, culturales, legislativo, etc. Lo que implica un impacto a escala global de la misma, y perciben su influencia de forma directa y perciben la tecnología no sólo a escala local o regional, también en una escala mundial.

En la observación se evidenció también como el cambio tecnológico es generador de transformaciones culturales significativa, al cambiar los estilos de vida y los valores personales. Se aprecia un cambio significativo en lo cultural al incorporar nuevos conceptos categorías, término técnicos, idiomas y formas de comunicación que se produce en el acto de valoración que se producen con rapidez y de forma contundente por la actividad del aduanero.

El 100% de los entrevistados consideran que para manejar las tecnologías y las transferencias de conocimiento que ello implica, es necesario conocer los procesos de innovación, los costos internos y externos, la potencialidad de la tecnología, el desarrollo tecnológico y económico comercial de donde vienen, el kow how que representan e incluso las maneras de actuar y conducirse frente a ella a partir de los valores y la visión del contexto aduanero.

Además los oficiales aduaneros entrevistados refieren que en la aduana se desarrolla una constante transferencia de tecnología, expresada en un proceso de adquisición-asimilación-difusión en el área del software y hardware, y que ha permitido crear una infraestructura denominada zona de desecho (salón donde se inicia y culmina la gestión aduanera).

En lo referido al empleo de la tecnología, los entrevistados refieren que la actual es maniobrable y posibilita niveles de precisión, lo que se considera un avance técnico para la Aduana, por ser una tecnología de alta calidad y confiabilidad. Aunque, reflexionan acerca de que se requiere de un tiempo para verificar con certeza su perdurabilidad. Por otra parte para la digitalización y el uso del código QR ofrece una mayor eficiencia a las declaraciones de aduana por parte del pasajero, facilitando lo despachos en pesa y disminuyendo los errores humanos.

Conclusiones

La transferencia tecnológica se comprende como la transferencia de conocimiento, la elaboración de un producto, la aplicación de un proceso o la prestación de un servicio en una entidad, institución o sector de la economía en función del perfeccionamiento de sus actuaciones sociales y culturales. En este proceso se identifican elementos como los servicios, los procesos donde se identifican dos roles principales: el proveedor de la tecnología y el receptor, este último, quien recibe la tecnología como es el caso del sistema de balanzas de la Aduana de Cienfuegos.

En el sistema de balanza se identifican equipos y conocimientos proceden de la República Popular China y que desde el 2012 se encuentra en los aeropuertos, con un alto nivel de obsolescencia con respecto al NOW KWO que incluye además la formación de capacidades, las mejoras en la selección, formación y capacitación de las fuerzas, se produce una mayor coherencia de transmisión de experiencias, pero se produce un envejecimiento y obsolescencia dado los procesos de comercialización del conocimiento de las tecnologías

Referencias bibliográficas

- Conti, G.P., y Briceño, F.A. (2015). Transferencia tecnológica. Aspectos a seguir para controlar el activo tecnológico en empresas del sector petrolero. *Prospect*, 13(2), 110-117. <https://www.redalyc.org/pdf/4962/496250642013.pdf>
- Gálvez, M. (2017). *La dirección General de Aduanas (1902-1982)*. Vol.1. Aduana General de la República de Cuba.
- Londoño, J.A, Velázquez, S.M, Villa, M.E, Franco, F., y Viana, M.E. (2018). Identificación de tipos, modelos y mecanismos de transferencia tecnológica que apalancan la innovación. *Revista Cintex*, 23(2) ,13-23. <https://doi.org/10.33131/24222208.314>
- Losa, F. (2021). *El proceso de transferencia de tecnología en los medios de detección radiológicos en la Aduana de Cienfuegos en el período 2010-2018*, [tesis de maestría, Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez].
- Moya Padilla, N. (2002). *Impacto de la tecnología en la identidad cultural. Estudio de caso de la región de Cienfuegos (1850-1898)*, [tesis doctoral, Universidad Central "Martha Abreu" de las Villas].
- Núñez Jover, J. (2007). *La Ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar*. Félix Varela.
- Pacey, A. (1990). *La cultura de la tecnología*. Fondo de la Cultura Económica.
- Porter, A. (1990). *Evaluación de Tecnologías y análisis de impactos*. Worth Holland, Inc.
- Quintanilla, M. Á. (1998). Técnica y Cultura. *Teorema*, 3(17), 12-18. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4253305.pdf>
- Rodríguez, G. (2004). *Metodología de la investigación cualitativa*. Félix Varela.

Propuesta de gestión sociocultural para el fomento de jóvenes en una cooperativa de crédito y servicio.

Socio-cultural management proposal for the promotion of young people in a credit and service cooperative.

Diana Deandra Alejo Rojas¹

E-mail: dianadeandra23@yahoo.es

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-7867-5759>

Yannet López Verdecia²

E-mail: yverdecia@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-6444-0984>

¹Refinería de Petróleo de Cienfuegos, Cuba.

²Socióloga. Trabajador por Cuenta Propia. Cienfuegos, Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Alejo Rojas, D. D., López Verdecia, Y. (2024). Propuesta de gestión sociocultural para el fomento de jóvenes en una cooperativa de crédito y servicio. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 117-125. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El presente artículo presenta un análisis sobre el estudio de la juventud como fuerza ocupacional del presente y futuro para el sector cooperativo agropecuario. Su presencia en la agricultura es prioridad para las políticas públicas y para el desarrollo socio económico y cultural de una nación. La incorporación y permanencia de los jóvenes en el sector agropecuario es una directiva amparada en las nuevas transformaciones socioeconómicas del país. El estudio desarrolla la investigación cualitativa con método de estudio de caso único para analizar la estrategia de la Cooperativa de Crédito y Servicio en el fomento de la ocupación de los jóvenes, y se realiza una propuesta de plan de mejoras para su fomento. Se tiene en cuenta el potencial juvenil de la comunidad perteneciente al Consejo Popular Paraíso. El estudio se apoya de técnicas empíricas para la recolección y análisis de datos en función de presentar resultados con rigor y validez científica. La perspectiva sociocultural ofrece herramientas teóricas- metodológicas en el proceso de gestión organizacional: caracterización, diagnóstico y propuesta de soluciones para la problemática en cuestión. Se destaca el aporte del gestor sociocultural como mediador dirigido a propiciar el desarrollo local y comunitario.

Palabras clave:

Gestión sociocultural, Estrategia laboral, Jóvenes, Cooperativismo.

ABSTRACT

The article presents an analysis about the study of youth as occupational force nowadays and in the future to farm cooperative sector. Their presence in agriculture is a priority for public resource and socioeconomic and cultural development of the nation. The incorporation and permanence of young people in agricultural sector is a directive protected by the new socioeconomic transformations of the country. The study develops the qualitative research with a single case study method to analyze the CCS strategy to promoting the employing of young people and a proposal for an improvement plan is made for its promotion. The youth potential of the community is taken into account, belonging to Paraíso Popular Council. The study relies on empirical techniques for data collection and analysis based on presenting results with rigor and scientific validity. The sociocultural perspective offers theoretical-methodological tools in the organizational management process: characterization, diagnosis and solution proposal for the problem in question. The contribution of the sociocultural manager stands out as a mediator aimed at promoting the local and community development.

Keywords:

Sociocultural management, Work strategy, Young, Cooperative.

Introducción

La concepción de trabajo como proceso de construcción de la identidad de los sujetos permite profundizar en sus subjetividades, experiencias, cotidianidad desde lo ocupacional como procesos de mejoras de la gestión sociocultural. En el estudio se considera la cooperativa agropecuaria una organización que potencia el desarrollo de sus trabajadores, en especial jóvenes, y, por ende, contribuye a su contexto comunitario.

El sector agropecuario desempeña un importante papel para la economía cubana, por su participación directa e indirecta en la conformación del Producto Interno Bruto (PIB) y en sentido general por el efecto multiplicador que encierra para la economía cubana. Desde sus inicios en 1510, la agricultura cubana ha transitado por diversos modelos agrícolas hasta el presente.

Tras el triunfo revolucionario en enero de 1959 y con la aparición de la Primera Ley de Reforma Agraria el 17 de mayo del mismo año, el sector agrícola es escenario y objeto de una de las primeras acciones de la Revolución triunfante por la entrega al campesinado de su derecho a la tierra (Reforma Agraria, 1959 y 1961). Comenzando así un proceso de evolución histórica de las formas de organizativas y de los resultados en el sector agrícola cubano entre 1959 y 1990.

Con la creación de las Unidades Básicas de Producción Cooperativas (UBPC), a finales de 1993 y durante el año 1994, se inició un proceso de transformaciones de las relaciones de producción, bajo el amparo de la empresa estatal. Se producen acciones de flexibilización para los trabajadores agropecuarios como la venta de los medios de producción a las cooperativas que la integran, excepto la tierra, la cual fue entregada a dicho colectivo en condiciones de usufructo, por un tiempo no definido y la reapertura del mercado libre agropecuario en octubre de 1994; entre otras (Martín, 2004).

La trayectoria y experiencia de las Cooperativas de Producción Agropecuaria (CPA), durante más de 20 años de constituidas sirvió de modelo, para la proyección y constitución de las UBPC. La creación de estas unidades cooperativas, unidas a las ya existentes Cooperativas de Producción Agropecuarias (CPA) y las Cooperativas de Créditos y Servicios (CCS), definió el cooperativismo como línea de desarrollo en la producción agrícola y ganadera en el país.

Una de las principales fuerzas de producción de la agricultura son los jóvenes. Las organizaciones y cooperativas de productores normalmente constituyen un modo efectivo de reforzar la posición de los agricultores, en especial los grupos menos favorecidos, las mujeres y los jóvenes. Los miembros de diferentes edades, los agricultores jóvenes obtienen acceso a una amplia variedad de servicios que comprenden desde el uso y gestión de recursos naturales, información y tecnología, hasta la participación en la formulación de políticas. A través de sus organizaciones, los jóvenes agricultores pueden mejorar su nivel de vida y de ese modo no verse obligados a emigrar a centros urbanos densamente poblados. Además, de ser los jóvenes intermediarios de conocimientos y prácticas innovadoras

científicas y tradicionales provenientes de la transformación familiar, que les permite una adaptabilidad a los cambios socio-técnico-productivos y facilita su inserción laboral.

Por otro lado, la población joven se convierte en un potencial con el que cuenta el país para el enfrentamiento de los retos del desarrollo rural integral y endógeno (Ministerio de la Agricultura, [MINAG], 2018, 2021). Esa juventud es parte del ejército de fuerza de trabajo del sector; el cual constituye su recurso más valioso para el funcionamiento de una organización. El mismo proporciona su esfuerzo para el cumplimiento de las metas de la organización (Chávez, 2016). En ese sentido, las investigaciones que giran en torno a la gestión de sus capacidades, habilidades y aptitudes contribuyen a un proceso de organización eficaz y de éxito.

En Cuba, como en el mundo, una de las prioridades establecidas por la dirección del país es la producción de alimentos, donde se define la importancia de involucrar a la actividad agropecuaria a los pobladores del campo, y en especial a los jóvenes, en función de obtener la soberanía alimentaria. No es un secreto que la permanencia de la juventud rural en el campo es inconsistente y exenta de riesgo, ya que por diferentes motivos los jóvenes emigran a las ciudades en busca de mejores opciones laborales, y, además, porque no ven en el trabajo agrícola la solución de sus problemas (Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación, [FAO], 2019).

Los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, establecen en el lineamiento 198, priorizar la adopción de medidas que incentiven la incorporación y permanencia de jóvenes en el sector agropecuario; en particular propiciar la entrega de tierras en usufructo como vía empleo. En la estrategia de desarrollo hasta 2030, sigue siendo un tema inconcluso el fomento de fuerza de trabajo, en especial juvenil (Partido Comunista Cuba, [PCC], 2017).

La inserción laboral de la juventud en las actividades agrícolas suscita cuestionamientos a raíz de las transformaciones realizadas en el sector agropecuario (López et al., 2018). Es importante destacar la importancia de esta inserción debido al prolongado envejecimiento del campesinado y la necesidad de renovar la fuerza de trabajo (López y Muñoz, 2017; López et al., 2018; López, 2020), en particular en las cooperativas y elevar la producción nacional de alimentos (PCC, 2017; FAO 2019), con el objetivo de sustituir importaciones. La entrega de tierras estatales ociosas en usufructo ha estado orientada hacia estos fines permitiendo, además, reducir las tierras improductivas e incentivar la permanencia e inserción de los jóvenes en la agricultura.

El desempeño de las Cooperativas Agrícolas debe contribuir al incremento de la permanencia y compromiso de los jóvenes en el sector cooperativo y rural (MINAG, 2018), a través del fomento de la juventud por el trabajo en su medio natural, en satisfacción de sus necesidades, así como en la incorporación de los jóvenes de manera activa en la toma de decisiones, que los hagan sentirse parte y actores de las metas trazadas y los objetivos previstos en la entidades

cooperativa, que contribuyan a la mejora de su calidad de vida y de sus familias.

Es por ello que el gestor sociocultural juega un papel esencial en el proceso de gestión organizacional porque contribuye al mejoramiento del desempeño ocupacional de la organización respecto al trabajo con su fuerza ocupacional, esencialmente joven. Este actor social mejora el proceso del talento humano, para lograr los estándares de calidad de la organización mediante el proceso de mediación de los problemas identificados en la misma. El gestor potencia el desarrollo humano individual y colectivo a través de propuestas de estrategias, proyectos, y/o acciones a nivel local y comunitario que tribuyen a los programas de desarrollo social.

El presente trabajo logra articular la gestión sociocultural en un problema de investigación históricamente trabajado desde el ámbito sociológico; generando matrices de análisis teórico-metodológicos en relación con la gestión organizacional en el plano del análisis ocupacional juvenil en una Cooperativa Agropecuaria con propuestas de mejoras a su estrategia de trabajo. Se logra articular las herramientas teóricas metodológicas del gestor sociocultural en un problema práctico relacionado con la necesidad de fomentar la fuerza ocupación de los jóvenes en la CCS “Jorge Alfonso Delgado”, mediante un plan de mejoras a su estrategia de trabajo

Materiales y métodos

El enfoque de investigación que se asume es la cualitativa, según Taylor y Bogdan (1980) es:

Aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable. Se toman en cuenta el análisis de los datos que resaltan las cualidades de sus implicados, sus explicaciones sobre los problemas existentes y posibles soluciones de forma flexible y sistemática con varias entradas y salidas del campo en función de profundizar en el análisis. (p.20)

Se lleva a cabo para esta investigación el método de estudio de caso porque según (Rodríguez-Gómez et al, 2006) permite recoger información sobre nuevas relaciones y conceptos, más que la verificación o comprobación de una hipótesis previamente establecida y utiliza aportes de otras técnicas de investigación. Proporciona comprender lo referente a ese objeto de estudio en ese campo determinado, sin pretender realizar generalizaciones a su universo y población.

El estudio de caso único es referente a la CCS “Jorge Alfonso Delgado” de acuerdo la generación de una propuesta de mejoras para el fomento de la fuerza ocupacional de los jóvenes de la misma. El análisis se apoya de las condiciones existentes en el contexto en el que se desenvuelven los ocupados de la cooperativa para generar soluciones viables, en el cual la investigadora hace función de mediadora del proceso de mejora.

Se utilizan como técnicas de recogida de información:

La observación participante: una de las investigadoras es habitante del Consejo Popular en estudio. Durante el proceso se requirió de la implicación de la observadora en los acontecimientos relacionados con la investigación. De acuerdo con Taylor y Bogdan (1980) es la investigación que involucra la interacción social entre el investigador y los informantes en el medio (escenario social, ambiente o contexto), y durante la cual se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo. En esta investigación, se participa de las asambleas de asociados y reuniones de la junta directiva y de la organización de base; así como las visitas sistemáticas a los jóvenes en sus fincas de trabajo y/o en sus viviendas (Rodríguez-Gómez et al., 2006).

La entrevista semi-estructurada: se caracteriza por tener preguntas cerradas con informaciones directivas y preguntas abiertas, donde el entrevistado pueda generar sus opiniones, valoraciones e incluso aportes específicos a la problemática en análisis (Rodríguez-Gómez et al., 2006). Es más flexible y abierta, aunque los objetivos de la investigación rigen a las preguntas, su contenido, orden, profundidad y formulación se encuentran por entero en manos del investigador. Este tipo de técnicas se utilizó con los directivos, los jóvenes y líder comunitario para el diagnóstico del comportamiento de la fuerza ocupacional de jóvenes y de la estrategia; así como su caracterización y propuestas de acciones que tributen a su mejora.

El análisis de documentos: es una técnica de recopilación de información destinadas a obtener información mediante el estudio de documentos. Según Rodríguez-Gómez et al. (2006) “el análisis documental es la operación que consiste en seleccionar las ideas informativas relevantes de un documento a fin de expresar su contenido sin ambigüedades para recuperar la información en el contenido” (p.). En el estudio se aplica la técnica a la estrategia de trabajo de la CCS y de la Empresa Agropecuaria de Cienfuegos, las actas de las asambleas y reuniones de la junta directiva; así como de la caracterización del Consejo Popular, con el fin de constatar el trabajo que realizan con los jóvenes.

La estrategia de análisis de la información asumida es la triangulación de datos. No es más que la constatación de los puntos de vista manifestados por los sujetos de indagación dentro de un mismo grupo de informantes. Esta vía de análisis potencia y enriquece los resultados obtenidos en estudios de casos individuales, logrando así, mejores conclusiones de poder explicativo y general (Rodríguez-Gómez et al., 2006). Se contrasta la información obtenida de las diversas técnicas realizando contrastación por los datos obtenidos a través del análisis de los indicadores identificados.

Resultados-discusión

La Estrategia de desarrollo de la Empresa Agropecuaria de Cienfuegos, su reflejo en la CCS “Jorge Alfonso Delgado” responde a la empresa integral agropecuaria de Cienfuegos posee una estrategia de trabajo, orientada por la misión de producir y comercializar las producciones agrícolas y pecuarias para cubrir las siempre crecientes necesidades de la población, prestar servicios a las formas productivas que atendemos. Persigue la visión de al pertenecer al Grupo Ganadero, crece las ventas al estado, para

un 2% comercializando 16220 000 de litros de leche, 5 mil 400 toneladas de carne para un 1%, 85 490.0 toneladas de viandas, hortalizas, granos y frutales del Programa de Autoabastecimiento y Encargo Estatal con un crecimiento del 10 % del valor de los servicios prestados a las Formas Productivas que son responsabilidad de la Empresa ejecutado 2750 000. Producidas más de 120 toneladas de carbón sobre cumplidas nuestras metas.

En la Tabla 1 se identifican las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que posee la empresa en función de enfrentar los nuevos retos para el desarrollo agrícola.

Tabla 1: Diagnóstico de la Empresa.

Debilidades	Carencia de análisis respecto al comportamiento de su fuerza laboral
	Débil atención y control del trabajo a las Bases Productivas
	Insuficiente preparación de los técnicos y trabajadores en la aplicación de las nuevas tecnologías
Amenazas	Éxodo de personal capacitado y con años de experiencia en la actividad
Fortalezas	Estar inmerso en el sistema de atención y fortalecimiento a la reproducción.
	Estructuras productivas integradas al movimiento millonario de producción de leche y al programa de autoabastecimiento territorial.
	Contar con grupo de profesionales recién graduados, motivados e interesados en el cumplimiento de la misión y su superación
Oportunidades	Aprobación del Decreto 300 para entrega de Tierras en Usufructo y la vinculación de éstas a otras formas de producción.
	Apertura de nuevas líneas de créditos en moneda nacional para productores y empresas.
	Apoyo de instituciones como: IMV, IPF, CITMA, ACPA, Universidades, (UCF y UCLV), LABIOFAN, CITMAGT y CCV.
	Actualización y aplicación del modelo económico cubano
	Existencia de una red institucional articulado

Fuente: elaboración de las autoras a partir de la información de la Estrategia de trabajo de la Empresa Agropecuaria de Cienfuegos

Se reconoce la permanencia y fomento de la fuerza laboral como un reto esencial para la agricultura, en especial para la empresa y sus entidades aborales como las cooperativas.

Estrategia de trabajo de la CCS Jorge Alfonso Delgado

La estrategia de trabajo de la cooperativa cuenta con la misión de garantizar una mayor producción y comercialización de las producciones agrícolas y pecuarias con el acompañamiento de la voluntariedad de los asociados para cumplir con los estándares de cobertura de las necesidades de la población. La visión está dirigida a proporcionar un capital humano comprometido con los principios de la Revolución y los principios de la cooperación agropecuaria. La Unidad reconoce entre sus riesgos lograr un

sistema eficiente de atención sus asociados de acuerdo a la capacitación de sus recursos humanos.

La caracterización de la estrategia de trabajo de la empresa y la cooperativa arroja que la atención a los jóvenes es una cuestión de análisis transversal. Existe una carencia de visión dirigida a esta área como prioridad, aunque reconocen su necesidad e insuficiente existencia. Se identifica que la estrategia de la cooperativa le faltan elementos para que sea una estrategia adecuada; lo cual refleja que existen problemas en la gestión organizacional de la unidad.

Caracterización de los jóvenes ocupados en la CCS "Jorge Alfonso Delgado"

En el presente estudio se centra la atención en los 47 jóvenes ocupados en la CCS Jorge Alfonso Delgado perteneciente al Consejo Popular Paraíso. Este grupo etario solo representa el 8% del total de cooperativista; lo cual refleja un comportamiento similar de la fuerza laboral juvenil de la agricultura en Cuba. Estos jóvenes se distribuyen ocupacionalmente, en 44 asociados y sólo 3 usufructuarios, lo cual representa una baja presencia de jóvenes campesinos empoderados dentro del sector. Por otro lado, la distribución por los subgrupos etarios refleja una alta representación de la juventud tardía (de 25 a 29 años) y de jóvenes entre 30 y 35 años. El último subgrupo está amparado en la política agraria cubana como alternativa ante la limitada presencia de jóvenes en la Agricultura en Cuba.

La cooperativa Jorge Alfonso Delgado, donde se ocupan esos jóvenes, tiene como objeto social la Ganadería, pero se está diversificando con el incremento de otras actividades agrícolas como la apícola y cultivos varios; siendo esta una oportunidad para fomentar un futuro incremento de la fuerza juvenil como usufructuarios (Tabla 2).

Tabla 2: Fuerza de trabajo de la CCS Jorge Alfonso Delgado

Categoría	Ocupados
Propietarios	110
Usufructuarios	184
Trabajadores	14 (8 hombres y 6 mujeres)
Apicultores	3
Familias asociadas	218
Total de Asociados	527

Fuente: elaboración de las autoras a partir de la información de la Estrategia de trabajo la CCS Jorge Alfonso Delgado.

La información permite inferir que existe un potencial de fuerza de trabajo en el grupo de familias asociadas para incentivar el incremento de usufructuarios porque en ese grupo también se encuentra la mayor representación de jóvenes en condición de asociados. Fuerza de trabajo potencial que puede revertir la actual ausencia de fuerza de trabajo joven en la estructura base de la cooperativa, identificada como una debilidad.

Por otro lado, se abren posibilidades de estudio de género al identificar que existe un camino hacia el empoderamiento femenino con la creación de cargos políticos de la ANAP de reciente constitución (20 de febrero de 2016). Lo cual permite la existencia de una presidente de Organización

de Base y la contratación de mujeres en otras labores tradicionalmente masculinas, como custodio. Sin embargo, aún quedan brechas por superar. De los 14 trabajadores, las mujeres se encuentran representando las ocupaciones tradicionales en la agricultura en puestos de oficina y los hombres en trabajos de mayor esfuerzo físico.

Esta cooperativa pertenece al Consejo Popular Paraíso; en 1878 pasó a ser barrio rural de Cienfuegos. Se encuentra ubicado en la zona norte del municipio de Cienfuegos con una extensión territorial de 90km²; limita al Norte con el municipio de Rodas, al Sur con el Consejo Popular Pastorita, al Este con el municipio Palmira y al Oeste con el municipio Abreus. Compuesto por seis circunscripciones. De ellas la # 51 y la # 110 son asentamientos urbanos, los 4 restantes pertenecen a asentamientos rurales, tiene categoría de mixto; lo cual añade complejidad al desarrollo de las relaciones socioculturales del asentamiento con reflejo en el comportamiento de la fuerza laboral de la cooperativa y en especial de los jóvenes.

Entre las fortalezas se puede resaltar el nivel profesional de la delegada: Odalys Quero Rodríguez, Máster en Ciencias y Comunicación Social y presidenta Consejo Popular. Ese Consejo Popular posee 6 circunscripciones, dentro de ellas, el asentamiento Paraíso constituye la Circunscripción 51 y la existencia de jóvenes en la comunidad que no trabajan en la cooperativa, pero pueden ser potenciales para una contratación como usufructuarios y asociados.

La junta directiva de la cooperativa debe tomar en cuenta las fortalezas y oportunidades identificadas respecto a los jóvenes para disminuir las debilidades y enfrentar las amenazas que afectan el fomento de ocupación joven para mejorar el trabajo de la organización en el presente y el futuro de la misma.

El diagnóstico de la fuerza ocupacional de jóvenes en la CCS Jorge Alfonso Delgado, permite analizar que la cooperativa posee una estrategia de trabajo con insuficiencias, las cuales debe superar para un mejor funcionamiento organizacional. Sin embargo, en el proceso de investigación se identifica que esa estrategia tiene acciones aisladas para la juventud y no existe una estrategia propia de fomento de esa fuerza laboral.

Entre las acciones dirigidas a la juventud se identifican:

Hacer trabajo político ideológico mediante la invitación a diferentes actividades culturales, trabajos voluntarios, círculos de interés, eventos en conjunto con la brigada de la FMC-ANAP.

Potenciar la atención a los jóvenes asociados mediante sus familiares para que se incorporen a las tareas de la cooperativa.

Incorporar a los jóvenes asociados y de la comunidad a los activos de jóvenes campesinos y fortalecer el funcionamiento de las Brigadas Técnicas Campesinas

Fomentar la cantera de reserva de la dirección de la organización de base y junta directiva de la cooperativa

Entre las problemáticas identificadas para la inserción y permanencia de la juventud están las siguientes

Existencia de un potencial joven con nivel educacional medio superior que no encuentra opciones para su desarrollo en la agricultura

Falta de flexibilidad en la implementación de las políticas públicas (entrega de tierra) con facilidades para los jóvenes con falta de recursos

Falta la atención persona a persona por parte de los directivos y su comité de base

Los jóvenes buscan mejores ofertas de trabajo y la agricultura se convierte en un empleo secundario, informal y/o de subsistencia.

El análisis de documentos y otras técnicas como las entrevistas arrojan que existe una insuficiente fuerza de trabajo joven; teniendo en cuenta el potencial del asentamiento y su Consejo Popular. Al respecto refieren:

En la cooperativa los resultados no han sido satisfactorios ya que no se han cumplido con los convenios establecidos para el incremento de las producciones teniendo grandes afectaciones fundamentalmente en la preparación de tierra. Por otra parte, podemos expresar que tenemos 55 campesinos acogidos a la resolución 298, el resto son jubilados, avanzada edad, cuenta propista y trabajadores.

La mayor cantidad de jóvenes son familiares de tenientes de tierra. Los jóvenes se van en busca de mejores ofertas de trabajo para mejorar su calidad de vida, mejor economía. Los que le gustan la agricultura buscan producir para el pueblo y su economía. La mayoría son asociados y ayudan a la familia en el campo, solo contamos con tres jóvenes que son usufructuarios. Existe una baja cantidad de jóvenes usufructuarios porque a los jóvenes que le dan tierra es a los que la solicitan y estos jóvenes que tenemos asociados a la cooperativa son familiares que tienen su centro de trabajo. El MINAG debe entregar más tierras a los jóvenes que las solicitan.

Quizás los jóvenes no estén motivados o por las carencias que tienen para poder ejercer el trabajo en la agricultura, no hay los implementos necesarios para realizar esta labor en el campo. El trabajo político ideológico debe realizarse persona a persona a partir de las características que tenga cada joven; en cambio la ANAP si trabaja en función de la inserción de los jóvenes a la agricultura. Una de las principales causas es que esto es un Consejo Popular envejecido y los jóvenes que hay en la actualidad la mayoría tienen un nivel académico lo que limita que se inserten a la agricultura.

En la actualidad no se han desarrollado acciones por la pandemia provocada por la COVID- 19. La situación ha impedido la atención a los campesinos, aunque los trabajadores han aportado con sus producciones como movimiento cooperativo y voluntarioso. Así mismo se reconocen acciones de atención a los jóvenes. Al respecto los entrevistados expresan:

No se han podido realizar actividades político culturales debido a la situación de la COVID- 19 en el país, se realizan intercambios de trabajo con ellos, etc., en los activos de jóvenes campesinos se trabaja para fortalecer el funcionamiento de las Brigadas Técnicas Campesinas , aunque

se han obtenido logros no se puede estar satisfechos, ya que falta mucho por hacer en este sentido para lograr que estos jóvenes puedan integrar la cantera de reserva de la dirección de la organización de base y junta directiva de la cooperativa.

Con la realización de esta investigación y las entrevistas a dirigentes de la CCS, líder comunitario y jóvenes productores se pudieron identificar una serie de debilidades y fortalezas en cuanto al fomento de la ocupación de jóvenes en la cooperativa. Teniendo en cuenta que la mayoría de los jóvenes son asociados por familiares se pone de manifiesto un alto sentido de pertenencia, estos jóvenes son un eje fundamental en el seno familiar y contribuyen al desarrollo de la CCS, así como el de la comunidad.

Entre las debilidades destacadas por muchos de los entrevistados podemos mencionar:

Baja existencia de jóvenes usufructuarios lo que evidencia la carencia de jóvenes campesinos empoderados dentro de la cooperativa. Los directivos entrevistados coinciden en la necesidad de entregar tierras a los jóvenes en calidad de usufructo para lograr su incorporación y permanencia dentro de la CCS. El presidente de la CCS afirma que los que tienen la fuerza necesaria para enfrentar esta tarea indudablemente son los jóvenes. En correspondencia con los jóvenes entrevistados, 3 de ellos usufructuarios, todos coinciden con la necesidad de entregarles tierras para su producción, muchos de los asociados están en disposición de adquirir nuevas responsabilidades y lo han puesto de manifiesto frente a las asambleas que realiza la organización, aunque nunca han tenido respuesta por parte del MINAG, que es el órgano encargado de la distribución de las tierras.

La mayoría de los jóvenes no permanecen en la cooperativa debido a que en muchas ocasiones reciben mejores ofertas de trabajo. Algunos de los jóvenes entrevistados afirman que de recibir una mejor oferta laboral abandonarían la cooperativa buscando una mejor economía, con respecto a este punto, la presidenta de la organización de base plantea que la juventud tiene un trabajo sistemático, en que ellos participen en las actividades realizadas por la CCS pero que aún no han logrado que estos jóvenes permanezcan dentro de la organización. Por otro lado, el presidente de la CCS declara que es inevitable que los jóvenes se vayan porque el trabajo de campo no es de buen gusto aun cuando se está pagando un poco más las producciones agropecuarias, muchos se marchan buscando mejor calidad de vida y mejores salarios se van para otras empresas como la refinera, fabricas, industrias, etc.

La carencia de trabajadores jóvenes dentro de la organización base, la cual está compuesta por un reducido grupo de trabajadores, los directivos de la CCS coinciden en la necesidad de incorporar a los jóvenes a estas labores pero que en estos momentos no cuentan con plazas para ofrecerles. El presidente de la CCS afirma que hay que trabajar en la reserva y obviamente hay que buscar jóvenes porque la mayoría de los trabajadores están próximos a jubilarse

No existe una estrategia que permita el fomento de la ocupación laboral de los jóvenes, aunque se diagnostica que la cooperativa reconoce la necesidad de fuerza ocupacional

juvenil y la existencia de acciones, en especial las que desarrolla la ANAP para su fomento; pero son aisladas y no responden a una estrategia de fomento de la fuerza ocupacional juvenil.

Durante la investigación se pusieron de manifiesto algunas fortalezas con las que cuenta la cooperativa, las cuales contribuyen a su desarrollo como organización, entre estas fortalezas cabe mencionar:

La CCS Jorge Alfonso Delgado es una de las mayores productoras de leche fluida del territorio, con respecto a esta señalización la presidenta del Consejo Popular plantea que hay una atención diferenciada para con los jóvenes y esto se ha logrado porque la CCS más que la producción de alimentos garantiza toda la leche fluida de las dietas de la comunidad y que esta importante labor la realizan tres de los jóvenes asociados a la cooperativa evidenciando que si hay compromiso, dedicación y entusiasmo por parte de la juventud.

Muchos de los jóvenes asociados se encuentran en la entera disposición de adquirir tierras e incluso han demostrado su capacidad para manejar esta importante tarea. Los jóvenes entrevistados, que en estos momentos son usufructuarios, representan un gran apoyo para el desarrollo de la CCS demostrando de la importancia de entregar tierras a todos los jóvenes interesados y que en estos momentos están haciendo la solicitud.

La gran mayoría de los jóvenes tienen un alto nivel educacional, la cooperativa cuenta con técnicos medios, licenciados e ingenieros. El presidente de la cooperativa afirma que para seguir logrando la existencia de profesionales dentro de la organización ve la posibilidad de brindar a los jóvenes diferentes cursos de superación conjuntamente con la ANAP y Educación, posibilidades de estudiar carreras afines a la agricultura (Técnico Medio en Veterinaria, Técnico Medio en Zootermia, en Agronomía).

La CCS cuenta con el apoyo de la ANAP y de la presidenta del Consejo Popular para el desarrollo de estrategia que contribuyan a la incorporación de los jóvenes a la agricultura. Los jóvenes entrevistados coinciden en que por parte de la CCS han recibido un adecuado seguimiento, aunque coinciden en la necesidad de que sea más sistemático.

La CCS realiza varias acciones en función de la comunidad. La presidenta del Consejo Popular reconoce que fue la cooperativa la encargada de reparar los consultorios médicos para la intervención sanitaria en respuesta a la Covid 19, trabajan también en la reparación de las 5 escuelas con las que cuenta el Consejo Popular y para estas tareas son convocados los jóvenes de la comunidad, los cuales prestan su ayuda incondicional en cada tarea asignada. La CCS hoy, tiene un protagonismo importante en la comunidad, con todos sus asociados incluyendo los jóvenes.

La propuesta de mejora para fomentar la ocupación de jóvenes en la CCS Jorge Alfonso Delgado tiene en cuenta el papel del gestor sociocultural para el desarrollo en su rol como medidor de las problemáticas socioculturales existentes y su solución para el mejoramiento y la transformación de su escenario inmediato y territorial. En el presente trabajo se centra el análisis en una organización como es

la CCS y por tanto se toman en cuenta los elementos de la gestión organizacional y los de elaboración de estrategias dentro de las organizaciones como mecanismos de fortalecimiento y mejora del trabajo de las mismas.

Las investigadoras realizan dos propuestas de mejoras dirigidas a la cooperativa:

Proponer a la cooperativa la elaboración de una estrategia para el fomento de la fuerza ocupacional juvenil de la cooperativa; teniendo en cuenta las fases de la gestión organizacional: caracterización de la organización, diagnóstico integrador para tributar a un modelo de trabajo mejorado, diseño e implementación de acciones y evaluación de experiencias y aprendizajes, y los pasos de elaboración de una estrategia como la Estrategia de género (Ministerio de la agricultura (MINAG), 2015).

Propuesta de acciones que contribuyen al plan de acción de la estrategia que debe realizar la cooperativa, teniendo en cuenta las herramientas de gestión del gestor sociocultural: promoción, animación, recreación y divulgación.

Objetivo: Proponer soluciones mediante acciones que tributen al fomento de la ocupación juvenil y un mejor funcionamiento de la organización

Acción 1. Orientarle a la Junta directiva la necesidad de elaboración de una estrategia de desarrollo para los jóvenes de la CCS en función del fomento de la fuerza ocupacional juvenil

- Analizar en la Junta directiva la situación actual de la falta de jóvenes ocupados en la agricultura teniendo en cuenta que constituyen una fuerza actual y de relevo para el desarrollo agroalimentario del país.
- Incorporar el análisis como punto dentro del orden del día de las asambleas
- Realizar un diagnóstico de la situación con los diferentes actores que contribuyen a la solución en los diferentes niveles de actuación:

Empresa Agropecuaria Cienfuegos

Dirección Provincial y municipal de la ANAP de Cienfuegos

Junta Directiva

Organización de base

Comité UJC

Brigada FMC- ANAP

Usufructuarios y trabajadores, tener en cuenta a los jóvenes

Presidenta del Consejo Popular "Paraíso"

Comunidad: tener en cuenta a los jóvenes.

- Identificar un profesional experto en trabajo comunitario (herramientas metodológicas de la educación popular y la IAP) para el desarrollo de las acciones.
- Determinar la estrategia a seguir para el fomento de la fuerza ocupacional juvenil en la CCS, incorporar el análisis en el convenio del colectivo de trabajo
- Elaborar un plan de acción que tribute al fomento de la fuerza ocupacional juvenil en la CCS donde se identifiquen el potencial del consejo popular y nombrar los

diferentes líderes para llevar a cabo las acciones a seguir.

- Ejecutar el plan de acción teniendo en cuenta las herramientas metodológicas de la educación popular y la IAP
- Evaluación de la estrategia de acuerdo con el cumplimiento del objetivo general: fomentar la fuerza ocupacional juvenil en la CCS "Jorge Alfonso Delgado".
- Seguimiento (sistematización) de la estrategia con propuestas de actualización de acuerdo con incumplimientos y/o nuevas problemáticas en relación a la fuerza ocupacional juvenil.
- Presentación de resultados alcanzados en las asambleas de asociados, junta directiva, organización de base y otras instancias que forman parte del estudio.
- Determinación de las prioridades y aspiraciones para la próxima etapa
- Organizar el trabajo en comisiones de forma que le permita conformar un proyecto de trabajo y las responsabilidades individuales y colectivas a partir de las propuestas sugeridas por los diferentes grupos.
- Mantener el análisis de la fuerza ocupacional juvenil como parte del orden del día de las asambleas
- Destacar a los jóvenes de nueva incorporación y los de mayor permanencia en la CCS.
- Discusión de responsabilidades colectivas e individuales para el cumplimiento de las metas y acciones proyectadas.
- Aprobación de los resultados presentados.
- Aprobación de la estrategia.

Se elabora finalmente un documento donde se refleje la estrategia teniendo en cuenta los principales elementos: Misión, Visión, Objetivo general, Objetivos específicos, Antecedentes (marco normativo, metodología participativa basada en los principios de la Educación Popular para construir consensos y generar compromisos), Diagnóstico (DAFO), Líneas estratégicas (objetivos, resultados y acciones) o Acciones (objetivos, actividades, responsables de cada actividad o comisiones de trabajo), talleres de validación y de presentación de resultados.

Los responsables son la junta directiva de la cooperativa y quienes ellos seleccionen.

Acción B. Propuesta de acciones dirigidas al fomento de la fuerza ocupacional juvenil desde la perspectiva de la gestión sociocultural.

Promoción: acciones que denoten impulso a que los jóvenes se incorporen y/o se mantengan motivados:

- Promoción de jóvenes dentro del sistema de acciones de la cooperativa que incluya la promoción de cargos desde la jefatura de las fincas hasta los más altos niveles de puestos dirección, tanto administrativos como políticos.
- Capacitación de los jóvenes usufructuarios y/o asociados a la cooperativa en cuanto al objeto de trabajo de la misma: cursos cortos en el terreno sobre producción de cultivos varios, ganadería, apicultura u otros temas de

interés como los de veterinaria, taxidermia, economía y contabilidad (finanzas), préstamos bancarios.

- Analizar con la empresa de la agricultura, su delegación y junta directiva sobre las normativas y legislaciones para el fomento de la fuerza laboral en la agricultura en función de viabilizar su procedimiento en la práctica para evitar trabas y contradicciones
- Creación de un espacio físico en la cooperativa donde se archiven todas acciones realizadas por la misma, en especial los jóvenes cooperativistas y de la comunidad.
- Visitas dirigidas a jóvenes habitantes del CP para estimularlo en la solicitud de tierras en usufructo y créditos bancarios para su ejecución.
- Análisis de la existencia de proyectos de desarrollo local del territorio y la posibilidad de crear uno propio para el autodesarrollo de la cooperativa con participación juvenil, en especial con los jóvenes más vulnerables (menor recursos económicos)
- Generar intercambios de experiencias y del conocimiento acumulado por los participantes, en especial los productores jóvenes de éxito.

Animación:

- Creación de promotores jóvenes exitosos dentro de la cooperativa y de la comunidad en relación con el objeto de trabajo.
- Integración de los jóvenes de la comunidad a actos de la cooperativa y otros trabajos.
- Creación de Círculos de interés para la participación de los jóvenes ocupados en la CCS y los jóvenes de la comunidad.

Recreación:

- Creación de concursos sobre el papel de los jóvenes en la agricultura con el apoyo de la red de instituciones de la comunidad, en especial de la cooperativa
- Talleres de presentación de normativas y legislaciones de contribuyan al fomento de la fuerza laboral en la agricultura, en especial que sean atractivas para los jóvenes
- Continuar invitando a los jóvenes a los activos juveniles asambleas y otros espacios de la cooperativa; no solo como invitados, también para que colaboren en el embellecimiento del local.
- Realizar encuentros con jóvenes entre cooperativas, otras organizaciones y con presencia de líderes en el territorio como presidentes de cooperativas jóvenes.
- Divulgación:
- Creación de propagandas sobre la importancia del vínculo de la juventud en la agricultura
- Elaboración de boletines con los principales resultados económicos- productivos de la cooperativa, en especial de los jóvenes productivos
- Socialización de las normativas y legislaciones existentes para el fomento de la fuerza laboral y en particular juvenil.

- Socializar las plazas vacantes de la CCS en la comunidad y Consejo Popular y otros medios de difusión masiva.
- Creación de audiovisuales con las fortalezas de la cooperativa, de la comunidad y del Consejo Popular, donde se destaque el trabajo de la juventud.

Conclusiones

La presente investigación cumple con los objetivos propuestos dando respuesta al problema científico planteados. La gestión sociocultural contribuye a la caracterización, diagnóstico y propuesta de soluciones como herramientas del gestor sociocultural en el proceso de mediación de problemáticas priorizadas por las políticas públicas como es la insuficiente fuerza de trabajo joven en la agricultura.

La caracterización de la estrategia de trabajo de la Empresa Agropecuaria Cienfuegos y de la CCS "Jorge Alfonso Delgado" favorece la existencia de un documento oficial que organiza el trabajo de las instituciones y en esta se destaca la existencia de acciones para fomentar la presencia de los jóvenes, pero con falta de ordenamiento.

La caracterización de los jóvenes ocupados en la CCS "Jorge Alfonso Delgado" arroja como resultado la existencia de una fuerza ocupacional joven disminuida y un potencial de jóvenes que se relacionan con la cooperativa como asociados y pueden incrementar los ocupados de la misma si se realiza una atención adecuada como organización.

El diagnóstico del comportamiento de la fuerza ocupacional de jóvenes en la CCS "Jorge Alfonso Delgado" arroja que existe un reconocimiento de su insuficiencia por parte de los directivos. Existen debilidades que acrecientan esta situación y fortalezas que contribuirían a su fomento si contarán con una estrategia de trabajo fortalecida.

El estudio encaminado a una propuesta de mejoras para el fomento de la ocupación de jóvenes en la CCS "Jorge Alfonso Delgado" logra consolidar el trabajo de la CCS con acciones para la inserción y permanencia de los jóvenes en la agricultura que deben ser incluidas en su estrategia de trabajo.

Referencias bibliográficas

- Chávez Velásquez, L. K. (2016). *Plan de mejora en la gestión de talento humano en la micro red metropolitana*. <https://www.monografias.com/docs110/plan-mejora-gestion-talento-humano-micro-red-metropolitano-puno-peru/plan-mejora-gestion-talento-humano-micro>
- López Verdecia, Y., y Muñoz Gutiérrez, T. (2017). Desplazamientos ocupacionales juveniles en escenarios montañosos por transformaciones socioeconómicas. Un estudio de caso (Impreso). En M Echeverría León (edits.), *Trabajo en el siglo XXI. Propuesta y desafío*. Instituto Cubano de Investigación Cultural "Juan Marinello" y Fundación Friedrich.

- López Verdecia, Y., Herrera Martínez, Y., y Agüero Contreras, F. (2018). Desplazamientos ocupacionales de jóvenes del sector agroproductivo montañoso en Cienfuegos. En Leyva Remón, Echeverría León, Villegas Chádez, y Correa Escribano (coord.). *Cuba Rural: transformaciones agrarias, dinámicas sociales e innovación local* (págs. 220- 261). Ciencias Sociales.
- López Verdecia, Y. (2020). Diversificación socio-ocupacional en el agro cubano entre 2007 y 2017. Proyecciones y realidad. *Revista Científica Agroecosistemas*, 8(1), p. 6-14.
- Martín Posada, L. (2004). *Cambio Tecnológico y Campesinado en la Agricultura Cubana*. Congreso LASA Las Vegas.
- Ministerio de la agricultura. (2015). *Estrategia de género del sistema de la agricultura de cuba 2015-2020*. s.l.
- Ministerio de la agricultura. (2018). *Fortalecimiento del empleo para jóvenes rurales en el Sector Agropecuario Cubano*. <http://www.minag.gob.cu>
- Ministerio de la Agricultura. (2021). *Plan de acción para la implementación de las 63 medidas aprobadas para dinamizar la producción agropecuaria* (Documento digital). <https://www.unah.edu.cu/wp-content/uploads/2022/04/63-medidas.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación. (2019). *Informe de la FAO en Cuba. Programa de las Naciones Unidas*. <https://www.fao.org/cuba/publicaciones/es/>
- Partido Comunista de Cuba. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta 2030: Propuesta de Visión de la Nación, Ejes y Sectores Estratégicos* (Documento digital). Consejo de Estado y de Ministros.
- Rodríguez-Gómez, G., Gil-Flores, J., y García-Jimenez, E. (2006). *Metodología de la investigación cualitativa*. https://www.researchgate.net/publication/44376485_Metodologia_de_la_investigacion_cualitativa_Gregorio_Rodriguez_Gomez_Javier_Gil_Flores_Eduardo_Garcia_Jimenez
- Taylor, S. J., y Bogan, R. (1980). *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación*. Editorial PAIDÓS BÁSICA.

La gestión de salud en la integración latinoamericana y caribeña.

The management health on latin american and caribbean

María del Carmen Pérez González¹

E-mail: maria.perez@fec.uh.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2308-1005>

¹Universidad de La Habana, Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pérez González, M del C. (2024). La gestión de salud en la integración latinoamericana y caribeña. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 126-131. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La pandemia Covid-19, puso en evidencia debilidades de los sistemas nacionales de salud y de los esquemas de integración, pero éstas no se limitan a la coyuntura, sino que llega a sus fundamentos teóricos. A pesar de la reducción de los contagios y fallecimientos y del restablecimiento paulatino de las dinámicas sociales, la pandemia persiste, mientras la inmunización no alcanza su nivel óptimo. Las instituciones internacionales y regionales, se pronuncian por el replanteo de los sistemas de salud y de su gestión en los esquemas de integración, pero dejan fuera el contexto hegemónico en el cual actúan esos procesos. Mediante la revisión e interpretación de fuentes, es objetivo en el presente estudio, analizar que los esquemas de integración en América Latina y el Caribe, ofrecen un espacio propicio para la gestión de salud, a partir de sus estructuras y de experiencias en situaciones de emergencia sanitaria, en una realidad donde intervienen procesos asociados a la hegemonía transnacional, en la proyección de una gestión de salud que contribuya a la soberanía sanitaria.

Palabras clave:

covid-19, gestión de salud, hegemonía, integración, soberanía sanitaria.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic, revealed weaknesses in national health systems and integration schemes, but these are not limited to the situation, but rather reach their theoretical foundations. Despite the reduction of infections and deaths and the gradual restoration of social dynamics, the pandemic persists, while immunization does not reach its optimal level. International and regional institutions, speak out for the rethinking of health systems and their management in integration schemes, but they leave out the hegemonic context in which these processes operate. Through the review and interpretation of sources, it is objective in the present study to analyze that, the integration schemes in Latin America and the Caribbean, offer a favorable space for health management, based on their structures and experiences in emergency situations health, in a reality where processes associated with transnational hegemony intervene, in the projection of health management that contributes to health sovereignty.

Keywords:

covid-19, management health, hegemony, integration, sovereignty dimension.

Introducción

La pandemia asociada al virus Sars-Cov 2, ha puesto en evidencia debilidades de los sistemas nacionales de salud. Sin embargo, para el pensamiento crítico latinoamericano y caribeño, los análisis contemplan una perspectiva que no se limita a la coyuntura, sino que llega a sus fundamentos teóricos. Tampoco se reduce al nivel nacional, al actuar en el regional, en el marco de los esquemas de integración.

La persistencia de la pandemia, confiere actualidad al tema. A pesar de la reducción de los contagios y de los fallecimientos, así como del restablecimiento paulatino de las dinámicas sociales, luego de tres años, aun la inmunización no alcanza al 75% de la población mundial, que garantizaría el escenario más favorable, estimado por las instancias internacionales y regionales de salud, en el corto plazo. En regiones como Medio Oriente apenas sobrepasa el 50 % y en África sólo alcanza el 22%. Mientras, en una perspectiva de mayor plazo, ante el riesgo de eventos similares, la evaluación de los sustentos teóricos de ambas categorías, tanto como de sus prácticas, resulta pertinente.

Las lecciones derivadas de la gestión de salud regional, aportan a las interpretaciones teóricas, y a su instrumentación, acorde a una realidad donde intervienen procesos asociados a la hegemonía transnacional. De ahí su importancia, particularmente las que muestra ALBA-TCP.

Las instituciones internacionales y regionales de salud, y estudiosos del tema, se pronuncian entre otros asuntos, por el replanteo de los sistemas de salud, tanto como por la necesidad de su gestión a nivel de los esquemas de integración. Sin embargo, dejan fuera el contexto hegemónico en el cual tienen lugar esos procesos, que limita el despliegue de una gestión de salud liberadora.

Mediante la revisión e interpretación de fuentes, es objetivo en el presente estudio, analizar que los esquemas de integración en América Latina y el Caribe, ofrecen un espacio propicio para la gestión de salud, a partir de sus estructuras y de antecedentes en situaciones de emergencia sanitaria. Esos elementos, constituyen referencias para la práctica de la integración, usualmente centrada en la dimensión económica y comercial, en la proyección de una gestión de salud de mayor alcance y profundidad a la dominante, que contribuya a la soberanía sanitaria.

Da inicio al presente artículo, una incursión en las expresiones teóricas en torno a la gestión de salud en general y en el escenario regional, en particular. Luego, se hará referencia a experiencias de ese orden, en esquemas de integración y, posteriormente será centrado el análisis, en su instrumentación en esquemas de integración, en el espacio socio histórico de interés.

Fundamentos de la gestión de salud, su expresión en América Latina y el Caribe

La crisis ocasionada por el Covid 19 rebasa el Estado-Nación y la dimensión sanitaria. En América Latina y el Caribe, en las diversas asociaciones integracionistas, el relacionamiento incluye la salud, que se halla en el centro de la crisis. Esas dos categorías: integración económica regional y gestión de salud, se sitúan en el eje del debate,

en medio del enfrentamiento a la pandemia. La primera, en razón a que ese escenario se presenta propicio para acciones regionales en la coyuntura y así derivar enseñanzas proactivas ante eventos epidemiológicos o naturales futuros. Mientras, la necesidad de reconfigurar los sistemas de salud, a tono con los requerimientos del área, lo son en la segunda. Y, aunque generalmente no aparece explícito en la literatura, la dependencia y la actuación de una hegemonía global y hemisférica en disputa, impactan ambos procesos: la gestión de salud y la integración.

La teoría tradicional en torno a la gestión de salud, generada en Europa, es considerada por el pensamiento crítico latinoamericano y caribeño, insuficiente, por tratarse de realidades disímiles. Por esa razón, ofrece su posicionamiento ante el objeto, el sujeto y el objetivo de la salud. Algo similar se presenta con relación a la integración, que se opera en espacios socio históricos dispares.

En la categoría gestión de salud, se sintetizan conceptos que responden al mecanismo en su instrumentación en la práctica social y a las relaciones sociales. En el presente estudio, interesan los conceptos: salud internacional, salud global y soberanía sanitaria, cuyo despliegue se produce en el nivel regional. Ellos están vinculados a las relaciones sociales.

En América Latina y el Caribe, entre los años 60 y 80 del siglo XX, los estudios consideraban al carácter colectivo de la salud¹, aunados en el Movimiento Salud Colectiva - gestión de salud positiva, el profesional como orientador y la salud como proceso social (Granda, 2009). En la práctica, se expresó en la universalidad y el predominio del Estado, como garante en la gestión de salud. Pero, a partir de la década del 90, fue desplazada por la fragmentación de los servicios, la privatización y el retraimiento del Estado (Basile, 2021).

Usualmente, los estudios de la gestión de salud, están centrados en su dimensión nacional. En segundo lugar, en la global, que gira en torno al concepto salud internacional, delimitado a la protección de las fronteras.

En el nivel regional, los estudios resultan escasos, y los consultados, se refieren fundamentalmente a la estructura institucional y sus funciones. Scotti (2013), tomó en cuenta los esquemas MERCOSUR, la Comunidad Andina y el Sistema de Integración Centroamericana, la Comunidad del Caribe y UNASUR, con una remisión a la Unión Europea. Borensztein (2017), se centró en MERCOSUR Y UNASUR, poniendo de relieve los favorables resultados en la coordinación, la comunicación y el intercambio de experiencias. Mientras, Basile (2019), desde las concepciones del movimiento salud colectiva, argumenta que el mecanismo de salud de UNASUR, reprodujo la hegemonía, y recomienda modificar las bases teóricas de la gestión de salud, para revertir la dependencia del sector farmacológico.

Con la aparición del Covid-19, instituciones internacionales y regionales de salud –OMS, OPS- y económica –CEPAL-, tanto como académicos, recomendaban acudir a los esquemas de integración, aun cuando se reconocen las dificultades por las que atraviesan, con mayor fuerza desde la segunda década del siglo XXI. Transcurridos tres años

¹El concepto salud colectiva es atribuido a Paim y Almeida Filho.

de pandemia, la gestión de los esquemas de integración, cooperación y concertación, es valorada de insuficiente, limitada y discreta (Álvarez, 2022; Negro, 2021), lo cual se corresponde con instancias debilitadas, en disolución, sin consenso, con una izquierda en retroceso, inestabilidad política y asedio, que caracterizan los esquemas.

Con relación a la integración, en la teoría neoclásica las relaciones económicas y comerciales, poseen relevancia. El pensamiento alternativo, incluye los temas sociales, en especial la salud, que se presenta en las agendas de los esquemas y forma parte de su estructura institucional (Scotti, 2013). Sin embargo, su proyección está inspirada en los postulados de salud internacional, que la circunscriben a la protección de las fronteras, para evitar el contagio de enfermedades foráneas y que, en condiciones de enfermedades de alto nivel contagio, se refuerzan.

La dimensión social, resalta desde la década del 60, con la incorporación de temas de ese orden (Bárcena, 2015). No obstante, el interés de los investigadores, se dirige preferentemente a la institucionalidad, el distanciamiento respecto de la teoría euro centrista y el liderazgo (Forero, 2010), que dejan fuera la dimensión social (Borensztein, 2017), además de la dependencia, la hegemonía y la resistencia, propias de las realidades latinoamericanas y caribeñas.

La pandemia hizo su aparición en América Latina y el Caribe, en un escenario donde, si bien abundan los esquemas regionales y los Estados están asociados a varios de ellos, éstos no disfrutaban de buena salud. Algunos de ellos, muestran debilitamiento, retrocesos y retirada de algunos de sus miembros.

Resultados-discusión

Acciones cooperadas en salud en América Latina y el Caribe

La pandemia del COVID-19, impactó América Latina y el Caribe, en un contexto económico caracterizado por la reducción del comercio internacional, la caída de los precios de los productos primarios, la reducción de los servicios turísticos y la contracción de las remesas, entre otros. Por esas razones, los autores consideran que es una crisis económica, agudizada por una sanitaria (Cultelli & Tajam, 2021), si bien su presentación se produjo en la esfera de la salud. Por ello, las acciones se proyectaron sobre esa esfera, a corto plazo. Pero, a más largo plazo, la desbordan y requieren renovados sustentos, en torno al desarrollo (Comisión Económica para América Latina, 2020).

Aunque la actual crisis posee carácter global, su despliegue asimétrico, ocasiona disímiles impactos. Igualmente, se aprecia disparidad entre los retrocesos en la región, en términos de crecimiento económico, empleos e ingresos, mientras algunos segmentos de la población acrecentaron su riqueza (Serbin, 2021).

La región experimenta deterioros en la pobreza y pobreza extrema. Más de la mitad de los empleos son informales y menos de la mitad de los ocupados, aportaba a algún sistema de pensiones antes de la pandemia (Caetano, 2021).

Para los esquemas integracionistas de América Latina y el Caribe, la gestión de salud de forma cooperada, ante crisis sanitarias, no hizo su aparición con el Covid-19. Existen experiencias ante desastres naturales -inundaciones, terremotos, ciclones-, como también en salud.

Cuentan, en ese sentido, la cooperación ante la pandemia de la A/H1N1 en el año 2009 y la creación, en el año 2014, de un Banco Regional, con vistas a la sustitución de importaciones de fármacos.

Varias instituciones regionales e internacionales-Comisión Económica para América Latina (CEPAL), la Organización Panamericana de Salud (OPS) y la Organización de Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO)- han hecho un llamamiento a reformular los sistemas nacionales de salud y a utilizar los espacios de la integración económica regional, en estrategias de salud. Sin embargo, la exhortación parece no detenerse en el contexto hegemónico, en el cual tienen lugar esos procesos que, lejos de facilitar una gestión de salud liberadora, reproduce la dependencia del sector farmacológico transnacional. En el presente estudio, se pudo constatar la presencia de estructuras y de acciones de los esquemas, que evidencian sus potencialidades para gestionar la salud.

Ante el alto nivel de centralización del sector farmacológico, guiado por la competitividad en el plano económico y de la hegemonía en el ideológico (Núñez, 2020), para América Latina y el Caribe, se hace necesario remitirse a sus referentes de cooperación. A ello se adiciona, la práctica de captura corporativa de la salud pública, para menoscabar los logros científicos, lo cual se ha puesto en evidencia ante los resultados de países fuera de los que tradicionalmente controlan el sector. La forma en que se presenta o se desestiman las vacunas cubanas, lo confirma. Ante esos retos, los esquemas integracionistas, resultan propicios para implementar estrategias de salud contrahegemónicas (Pérez, & Pérez, 2023; Negro, 2021).

Aconseja estas estrategias colectivas, la hegemonía de Estados Unidos sobre América Latina y el Caribe que, si bien le es disputada por Europa y China, sigue siendo su escenario hemisférico. De mayor urgencia resulta, cuando su actual administración, ha identificado en el enfrentamiento al COVID-19, un objetivo para reforzar su hegemonía (Vázquez, 2021). De igual forma, otras potencias incorporan la dimensión de salud y la producción de vacunas anti Covid-19, a sus estrategias internacionales. Por ello, la urgencia de fortalecer la gestión de salud de los esquemas integracionistas, aun cuando su trayectoria evidencie que hayan seguido los patrones del sector transnacional asociado a la salud.

Institucionalidad de la gestión de salud en esquemas de integración

Una mirada a los esquemas de integración, en el espacio geográfico de atención, posibilita constatar la presencia de instituciones de salud, las áreas de interés común y sus propósitos (Borensztein, 2017). Esos esquemas, en el marco del Covid 19, han desarrollado acciones a partir de las estructuras creadas y de sus prácticas en la gestión de salud. Ante la ausencia de soluciones globales de

cooperación, del apoyo efectivo a las naciones más afectadas, y las insuficiencias de los sistemas nacionales, las iniciativas en América Latina y el Caribe, reafirman la opción del nivel regional (Álvarez, 2022; Chanona, 2020).

En su evolución, los esquemas de integración han generado una institucionalidad en torno a la salud, a través de la cual desarrollan su gestión, dirigida fundamentalmente, al control de la propagación de enfermedades, cuyos antecedentes se encuentran en el concepto *salud internacional*, y se han puesto de manifiesto ante eventos epidemiológicos. De ahí, su valor como referentes para el enfrentamiento a la actual pandemia Covid-19, no obstante, el discreto despliegue observado.

El Mercado Común del Sur-MERCOSUR, 1991- contempla diversos aspectos relacionados con las prácticas sociales, hábitos nutricionales y el medio ambiente. Cuatro años después de su constitución -1995- se institucionalizó en la Reunión de ministros de Salud y Estados Asociados -RMSM-EA-, como estructura jerárquica, y dos subgrupos de trabajo: el No.11- SALUD (SGT No. 11) y el No.2 reuniones de ministros de salud (RMS).

Sin embargo, predomina la influencia de las pautas concebidas en los países centro, generadoras de dependencia, que se proyecta en la gestión de salud, y entorpece una proyección hacia la soberanía sanitaria. A pesar de agrupar países de fuertes economías, la ausencia de consenso, limita la actuación colegiada, que se puso de manifiesto ante la pandemia del Covid-19 (Álvarez, 2022).

La Unión de Naciones del Sur² –UNASUR, 2008- incorporó la salud en su institucionalidad desde su constitución, con el Consejo de Salud Suramericano (CSS), que funciona como un órgano de consulta y cooperación a nivel de los ministros de Salud. Su intención es la de promover políticas comunes, la coordinación de actividades y la adopción de posiciones regionales, en los foros internacionales. La desarticulación de esa instancia, debido al retiro de varios de sus miembros, se proyectó también sobre el CSS3 y determinó que no se generaran acciones ante la pandemia del Covid-19.

La Comunidad Andina de Naciones – CAN, 1969 -, incluyó en su agenda la dimensión social, en el año 2003. La estructura en el área de salud, comprende: el Consejo de ministros de Salud de Centroamérica –COMISCA- como el órgano de máxima jerarquía y varias instancias para la atención a los temas prioritarios: el Organismo Andino de Salud - Convenio Hipólito Unanue12-, Protocolo Adicional, el Plan Andino de Cooperación para la Lucha contra las Drogas Ilícitas y Delitos Conexos, Sistema Andino de Sanidad Agropecuaria (SASA) (Scotti, 2013). Durante la pandemia, las medidas adoptadas fueron consideradas de colaterales, alejadas de una gestión de coordinación y cooperación, y estuvieron dirigidas a facilitar el comercio intracomunitario, digitalización de procedimientos, protocolo para evitar el contagio en las zonas rurales, capacitación y el fomento de Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (Álvarez, 2022).

² UNASUR está considerada como una organización de cooperación política

³ En 2018, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay y Perú suspendieron su vinculación de UNASUR, y en 2020 lo hicieron Ecuador y Uruguay. Venezuela, Bolivia, Surinam y Guyana, son los actuales miembros.

El Sistema de Integración Centroamericana -SICA, 1951-, define la salud como cultura de vida y objetivo del desarrollo. Aunque posee una estructura de salud compleja, como lo es también la del esquema, no fue incluida sino 40 años después de su constitución, con el Consejo de ministros de Salud de Centroamérica⁴ –COMISCA- como el órgano de máxima jerarquía. Declara como objetivo: posicionar la salud, en las agendas de desarrollo al más alto nivel político, coordinar con otras instancias regionales y extra-regionales, aportar mayor valor político-estratégico a las iniciativas regionales, entre otros. Se considera, que este esquema reaccionó tempranamente al Covid-19 y realizó acciones coordinadas, en aspectos propios del enfrentamiento a la pandemia, como la compra de medicamentos e insumos (Álvarez, 2022).

Varios de los miembros de la Comunidad de Estados Latinoamericanos y Caribeños - CELAC, 2011-, por pertenecer a ALBA-TCP, se benefician con sus programas. Como instancia de concertación, encaminó sus acciones a encuentros entre especialistas y a la constitución de una Red de Expertos.

Si bien el propósito de la Comunidad del Caribe -CARICOM, 1973- está centrado en el comercio, también considera el tema de la salud. La estructura institucional en ese ámbito, está conformada por el Consejo para el Desarrollo Humano y Social (COHSOD), a nivel de ministros de gobierno y la Agencia de Salud Pública del Caribe (CARPHA). Declara como su objetivo la promoción, el mejoramiento y el desarrollo de la salud, que derivan en funciones. Sus miembros, adoptaron medidas tempranas, tales como el control de desplazamientos, la circulación interna, así como un Protocolo de adquisición y logística para la compra de productos sanitarios y suministros prioritarios.

1. En los documentos fundacionales de la Alianza Bolivariana Para los Pueblos de Nuestra América-Tratado de Comercio de los Pueblos -ALBA-TCP, 2004, se refleja el interés en los temas sociales, si bien no fue hasta 2009, en que esa dimensión formó parte de la estructura institucional. La integran los ministros de las áreas sociales y posee dos niveles de funcionamiento: el ministerial y el técnico, además de Grupos de Trabajo en las esferas de educación, salud, empleo, vivienda, cultura y deporte.
2. Especial interés reviste el desempeño de ALBA-TCP en la gestión de salud, que se sustenta teóricamente, en el pensamiento crítico latinoamericano y caribeño, fomenta una integración solidaria, que prioriza la dimensión social y dentro de ella la salud, en una manifestación de resistencia (Pérez, 2020). En su funcionamiento, los programas para la atención a las personas con discapacidad, Barrio Adentro y la Operación Milagro, así como la Escuela Latinoamericana de Medicina⁵ -ELAM-, articulados en la grannacional ALBASALUD, permiten delinear un modelo de gestión de salud.

⁴ El COMISCA, órgano en torno al cual se estructura la institucionalidad de SICA, fue creado en 1991.

⁵ Aunque la Escuela Latinoamericana de Medicina (ELAM) fue creada en La Habana el año 1999, con anterioridad a la fundación de ALBA-TCP, luego de su constitución, fue incorporada a sus programas.

3. Ese modelo, dejó sentir su influencia en los sistemas nacionales de salud y propició una infraestructura favorable, para enfrentar la coyuntura creada por la pandemia del Covid-19, no obstante, su discreto despliegue, en el que intervienen elementos propios de los países miembros, y del escenario global y regional.

El pernicioso contexto para el exitoso despliegue de los procesos integracionistas, limita las posibilidades de lograr consensos e implementar iniciativas. Ello se refleja en medio de la pandemia, con acciones leves, colaterales, mientras las de carácter nacional, adquieren protagonismo.

Marcan la naturaleza y dirección de las gestiones, a propósito de la pandemia, el actual estado de los esquemas de integración, concertación y cooperación en América Latina y el Caribe. Esos procesos, experimentan una evolución que va desde la disolución, el desmembramiento y la ausencia de consenso.

En el caso de ALBA-TCP, a pesar de haber articulado una gestión de salud inspirada en el movimiento salud colectiva y formado personal de salud, sus gestiones en la coyuntura del Covid-19, quedaron alejadas de sus potencialidades. El hecho de que uno de sus miembros –Cuba- lograra cinco vacunas –en diferentes niveles de realización- y que no haya alcanzado el volumen de producción previsto, que podría contribuir favorablemente al proceso de inmunización en los países del esquema, lo confirma.

El desarrollo precedente de la gestión de salud de ALBA-TCP, unido a la naturaleza de las relaciones que caracterizan a esa instancia regional, no se han visto reflejados en toda su amplitud, en el contexto de la pandemia Covid-19. En ese estado de cosas, influyen procesos propios del esquema y de los países que lo integran, como también el asedio de Estados Unidos, en el plano externo.

Al analizar la gestión de salud de los esquemas de integración en América Latina y el Caribe, al marco del Covid-19, resalta la necesidad de construir estrategias conjuntas, acorde a los requerimientos y propósitos de la región (CEPAL-OPS, 2021). En ello inciden la hegemonía del sector farmacológico, en el orden externo, mientras en el interno, actúan las experiencias y estructuras regionales. Por ello resulta oportuna la remisión a las interpretaciones generadas en ese escenario, en la elaboración de políticas en torno a la soberanía sanitaria, que contrarresten la tendencia a reproducir las agendas de las instituciones internacionales y del complejo médico farmacéutico (Basile, 2021).

En la gestión de la pandemia, se aprecia que las acciones individuales de los países de forma independiente, superan las de los esquemas de integración. Para ello, entablan negociaciones con laboratorios extranjeros, o se adhieren al mecanismo COVAX⁶, creado con la intención explícita de facilitar el acceso de los países de bajos ingresos a las vacunas, mientras la realización de las ventas del fármaco por las principales firmas, se encuentra implícita.

Si bien la pandemia ha puesto de manifiesto debilidades en la gestión de salud de la región, no significa que éstas han sido una consecuencia exclusiva de la coyuntura del Covid-19. [La escases de médicos y enfermeros y la exigua](#)

⁶ El mecanismo Covax fue constituido entre septiembre y octubre del año 2020, en él intervienen la OMS y otras instituciones internacionales.

disponibilidad de camas para hospitalización, previo a la crisis epidemiológica, dan cuenta de la capacidad de respuesta ante la emergencia (Pérez & Pérez, 2023), así como de la insuficiencia de los fondos para gastos de salud⁷. También evidencia una gestión de salud distanciada de los postulados del Movimiento Salud Colectiva, insuficiencia de mayor envergadura, toda vez que se refiere a los fundamentos teóricos e ideológicos en los cuales se asienta.

En el despliegue de la gestión de salud, por los esquemas de integración, cooperación y concertación, se percibe la influencia de procesos internos, como también del contexto hemisférico y global. Con relación al primero, se hallan los asociados a los países que lo integran, especialmente el subdesarrollo y la dependencia, en la dimensión económica. Las políticas neoliberales y el consecuente repliegue del Estado, como garante de la atención social, particularmente de la salud, en la política. Mientras, la hegemonía de Estados Unidos, en disputa por las potencias emergentes, y el acrecentamiento de las dificultades para el avance la integración, caracterizan el escenario hemisférico.

Conclusiones

La gestión de salud no sólo actúa a nivel nacional, si bien es donde alcanza mayor despliegue y concentra los estudios de los investigadores. En los espacios regionales, específicamente en los esquemas de integración, concertación y cooperación regional, también tiene lugar. En esos escenarios, afloran las categorías: salud internacional, salud global y soberanía sanitaria.

El interés de los estudiosos de la integración, continúa orientado a la institucionalidad, el distanciamiento de la teoría euro centrista y el liderazgo. Sin embargo, los desarrollos teóricos generados en América Latina y el Caribe, consideran la dimensión social y la influencia de la hegemonía y la dependencia.

Especial importancia adquiere la salud, por su inserción en la estructura institucional de los esquemas de integración de América Latina y el Caribe. Por ello, la pertinencia del análisis de las experiencias en gestión de salud, ante la ocurrencia de crisis sanitarias de gran envergadura, como la asociada al Covid-19, aun cuando no hayan podido contrarrestar las lógicas hegemónicas generadas en el primer mundo, en alianza con el sector farmacológico, altamente centralizado y transnacionalizado.

La gestión de salud, acompaña la historia de los procesos integracionistas en América Latina y el Caribe. De ahí la pertinencia de recurrir a las interpretaciones en esa área socio histórica, y a las prácticas de su despliegue, donde las experiencias resultan de valor, dados los vacíos de los sistemas nacionales, la ausencia de acciones por los países desarrollados y la hegemonía sobre el sector. Con esos presupuestos, podrían intentar superar el concepto salud internacional, que se encuentra delimitado exclusivamente a la protección de las fronteras.

En medio de la crisis desatada por el Covid-19, ambas categorías se sitúan en primer plano, toda vez que la pandemia persiste, los sistemas nacionales de salud resultan

⁷ Reino Unido invierte 7,9 %, España 8 % y Alemania 10 % del PIB en salud pública, mientras en América Latina y el Caribe promedia 3,5%.

insuficientes, la producción y distribución de las vacunas permanece centralizada, la inmunización aun no alcanza su nivel óptimo, mientras las potencias imperialistas incorporan el enfrentamiento al Covid-19, en sus estrategias hegemónicas.

Las reacciones de los esquemas de integración, cooperación y concertación, ante el Covid-19, son el reflejo de sus realidades caracterizadas por el debilitamiento, los retrocesos, la retirada de miembros y el asedio. Por ello la urgencia de reconsiderar los fundamentos de la gestión de salud en los esquemas de integración, en el diseño de estrategias contrahegemónicas, tendentes a la construcción una soberanía en la dimensión sanitaria.

Referencias bibliográficas

Álvarez, M. (junio de 2022). La gestión de la pandemia de Covid-19 y el regionalismo en América Latina y el Caribe. Aprendizajes y desafíos pendientes. Documento de trabajo No.71 (2ª época). Fundación Carolina.

Bárcena, A. (2015). El pensamiento económico en la CEPAL: pasado y presente. En A. Bárcena, *Reflexiones sobre el desarrollo en América Latina y el Caribe* (págs. 51-71). CEPAL.

Basile, G. (2019). La Salud del proceso de Integración Regional: El caso UNASUR SALUD ¿Soberanía o dependencia sanitaria? III Dossiers Salud Internacional Sur Sur, CLACSO.

Basile, G. (2021). Refundación de los sistemas de salud en Latinoamérica y el Caribe: apuntes para repensar y descolonizar las teorías y políticas. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Clacso.

Borensztein, C. (2017). La salud en los procesos de integración: MERCOSUR, UNASUR. MERCOSUR.

Caetano, G. (2021). Impactos del covid-19 en los escenarios latinoamericanos contemporáneos. *Perfiles Latinoamericanos*, 29 (58), 1-31.

Comisión Económica para América Latina-Organización Panamericana de la Salud (CEPAL-OPS). (2021). La prolongación de la crisis sanitaria y su impacto en la salud, la economía y el desarrollo social. CEPAL-OPS. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47301-la-prolongacion-la-crisis-sanitaria-su-impacto-la-salud-la-economia-desarrollo>

Comisión Económica para América Latina (2020). Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina.

Cultelli, G. y. (2021) Crónica de una crisis anunciada, Economía y Desarrollo, Vol. 165, supl. 1, pp.1-16.

Chanona, A. (2020). Geopolítica y COVID-19 Geopolítica y COVID-19. En A. Cáliz, Perspectivas de transformación en tiempos de emergencia (págs. 33-36). México DF: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Forero, M. (2010). Orígenes, problemas y paradojas de la integración latinoamericana. *Revista Análisis Internacional*, 155-182.

Granda, E. (2009). La salud y la vida, volumen 2. Quito: Ministerio de Salud Pública de Ecuador.

Negro, S. (2021). Integración regional en tiempos de pandemia de Covid-19. *Revista Anales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*. Universidad Nacional de La Plata. UNLP, 386-402.

Núñez, J. (2020). Pensar la ciencia en tiempos de la COVID-19. *Anales de la Academia de Ciencias de Cuba*; 10(2), especial COVID-19.

Pérez, M. (2020). El ALBA-TCP: de la emergencia a la resistencia. *Revista de Temas Sociológicos*, 27, 219-244.

Pérez, M., & Pérez, J. (2023). La Integración regional ante los retos sanitarios de la COVID-19. *Economía y Desarrollo* 1, Vol 163.

Scotti, L. (2013). Derecho a la salud e integración regional en América Latina y el Caribe: una alianza inexcusable. En L. R. CLÉRICO, *Tratado de Derecho a la Salud*, Tomo I (págs. 873-895). Editorial Abeledo Perro.

Serbin, A. (21 de mayo de 2021). América Latina: Pandemia, desigualdad y disputas geopolíticas. Fórum Lasa. Coordinadora Regional de Investigaciones Económicas y Sociales (CRIES).

Vázquez, Y. (2021). Relaciones entre Estados Unidos-América Latina. Perspectivas 2021-2024. *Revista Política Internacional*, III(2).

Pertinencia de la disciplina gestión y promoción de la música en el Plan “E” de la Licenciatura en Música.

Relevance of the discipline management and promotion of music in the “E” Plan of the Degree in Music.

Alegna Jacomino Ruiz¹

E-mail: ajruiz@isa.cult.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2604-0137>

Raúl L. Rojas Quintana¹

E-mail: rrquintana@isa.cult.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3740-8582>

Lisandra Moreno Quintana²

E-mail: lisandra@unicauca.edu.co

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4706-1751>

¹Universidad de las Artes, Cuba.

²Universidad del Cauca, Colombia.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Jacomino Ruiz, A., Rojas Quintana, R. L., & Moreno Quintana, L. (2024). Pertinencia de la disciplina gestión y promoción de la música en el plan “e” de la licenciatura en música. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 132-137. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El advenimiento e inserción del Plan de Estudios E en la carrera de Licenciatura en Música, trajo consigo numerosos cambios. Algunos de ellos asociados al componente estructural y teórico, del cual se derivaba dicho plan, y otros a la praxis de la cotidianidad que se encargaba de demostrar, más que de evaluar la pertinencia de nuevas disciplinas como es el caso de la de **Gestión y promoción de la música**. Este trabajo expone un resultado preliminar, -ya que aún no se ha efectuado la primera graduación con este Plan E-, a partir del método DAFO que analiza una situación puntual para luego tomar decisiones estratégicas. Para ello se tuvo en cuenta que, el contexto globalizado de la industria de la música ha tomado especial relevancia, ya no sólo para el receptor, sino para el músico-emisor. De ahí la urgencia en primer lugar de insertar esta disciplina en el Plan de Estudios vigente con el objetivo de dotar al estudiantado de mayor cantidad de herramientas para su futuro desempeño profesional. La novedad de la investigación radica en que por vez primera se analiza este Plan de Estudios desde el interior de una disciplina tan atemperada a la contemporaneidad como lo es la de **Gestión y promoción de la música**.

Palabras clave:

Disciplina, gestión, música, plan de estudios.

ABSTRACT

The advent and insertion of Study Plan E in the Bachelor of Music career brought itself, numerous changes. Some of them associated with the structural and theoretical component, from which said plan was derived, and others with the daily praxis that was in charge of demonstrating, rather than evaluating the relevance of new disciplines such as **Management and Promotion of the music**. This work exposes a preliminary result, -since the first graduation with this Plan E has not yet been carried out-, based on the DAFO method that analyzes a specific situation to then make strategic decisions. For this, it was taken into account that the globalized context of the music industry has taken on special relevance, not only for the receiver, but also for the musician-transmitter. Hence the urgency in the first place of inserting this discipline into the current Study Plan with the aim of providing the student a greater number of tools for their future professional performance. The novelty of the research lies in the fact that for the first time this Curriculum is analyzed from within a discipline as temperate to the contemporary as the **Management and Promotion of Music**.

Keywords:

Discipline, management, music, curriculum

Introducción

Planteaba el pedagogo Carlos Álvarez que: (...)

“La carrera y su plan de estudio (documento en el cual se registran las características fundamentales de la carrera) se estructura por medio de subsistemas del sistema carrera denominado de distintas formas: disciplinas, áreas, bloques, ejes o menciones, que garantizan la sistematización vertical de dicho plan de estudio”. (Álvarez de Zayas, 1999)

Por su parte en la Resolución No. 2/2018, comenzaron a llevarse a cabo una serie de transformaciones en la Educación Superior cubana, que han derivado en el diseño de una nueva generación de planes de estudio. Estos planes fungen como documento fundamental de carácter estatal, se elaboró para cada carrera en correspondencia con las necesidades existentes en el país, posee un enfoque sistémico, y es requisito indispensable que, para culminar la carrera, el estudiante deberá aprobar todas las asignaturas del plan de estudio y para cada generación de planes de estudio se elabora con carácter oficial, un Documento Base que guía su diseño.

En enero de 2016 se elaboró el Documento Base para el diseño de los Planes de Estudio “E”. Se debe apuntar que uno de los aportes de la Reforma Universitaria de 1962, fue el concepto de perfeccionamiento continuo de los diseños y contenido de los planes de estudio, con la mira en satisfacer las demandas del desarrollo socioeconómico del país.

Desde el año 1977 hasta la fecha se han aplicado cuatro generaciones de planes de estudio. Hoy, la educación superior cubana está enfrascada en mantener su modelo de universidad moderna, humanista, universalizada, científica, tecnológica, innovadora, integrada a la sociedad y profundamente comprometida con la construcción de un socialismo próspero y sostenible.

Uno de los retos a vencer es: *“Perfeccionar la formación de pregrado en carreras de perfil amplio, reenfocándolas hacia la solución de los problemas generales y frecuentes de la profesión en el eslabón de base. Ello posibilita reducir la duración de las carreras a cuatro años”*. (Documento Base para el diseño de los Planes de Estudio “E”, 2016).

En el caso del sistema de enseñanza artística, no ha sido diferente, constituye, además, la piedra angular de la política cultural de la Revolución Cubana y ha sido trascendental en el fortalecimiento de las manifestaciones artísticas, en el desarrollo intelectual y espiritual del país y del posicionamiento del arte cubano en el escenario internacional.

En particular la enseñanza de la música desde sus inicios ha sido heredera de las más auténticas tradiciones y prácticas desarrolladas en el país en este campo y ha sintetizado a lo largo de su historia el legado atesorado, con las corrientes y tendencias artístico-pedagógicas a las que han accedido sus diferentes actores, dando lugar a un sólido proyecto desde el cual se ha enriquecido y consolidado la música cubana, la pedagogía artística y el pensamiento cultural contemporáneo.

Desde su concepción inicial, el Nivel Superior se encargaría de desarrollar la búsqueda del perfeccionamiento y

realización máxima del repertorio, la profundización en el dominio de recursos técnico-interpretativos y una cultura de los estilos musicales que permitiera el desarrollo de una poética personal de creación e interpretación.

Las generaciones de planes de estudio A, B y C en la carrera de Música legitimaron las acciones y los procesos que paulatinamente se habían introducido en la práctica docente y que contaban con resultados positivos en la formación profesional de los músicos.

A más de una década de fundada la carrera, y a tenor de las transformaciones acontecidas en el quehacer musical y sociocultural del país por esos años, se suscitaron un grupo de modificaciones orientadas, fundamentalmente, a la incorporación de nuevos perfiles que ampliaban el espectro de especialidades del Nivel Superior y a concepciones que modificaron el espectro profesional del estudiante.

Todos estos acontecimientos, resultados de las experiencias músico-pedagógicas, han ido marcando una práctica curricular que se construye y reconstruye desde los principios de sistematización, continuidad, emergencia y congruencia con el contexto económico, artístico y sociocultural del país y constituyen puntos de apoyo que sostienen la presente propuesta.

El plan de estudio E presenta una mayor unidad de todos los perfiles a partir de la definición de un currículo base que integra los saberes esenciales y comunes a todos los perfiles de la carrera, un posicionamiento en torno a la diversidad de formas que asumen los procesos creativos en música y su lugar central en la formación de la carrera, la introducción de la gestión como parte esencial del proceso creativo, el tratamiento de la investigación como sustento de la labor creativa en su pluralidad y complejidad, la apertura al tratamiento de diversos géneros, estilos y formatos de creación en correspondencia con los intereses profesionales de los estudiantes, el tratamiento disciplinar a la preparación del músico para el ejercicio docente.

Contiene 9 disciplinas, Pensamiento Filosófico, Estético y Político, Estudios Cubanos, Apreciación e Historia de las Artes, Preparación para la Defensa, Educación Física, Estudios Históricos de la Música, Música Cubana, Estudios Teóricos de la Obra Musical y Gestión y Promoción de la Música. Por lo novel que se muestran los temas asociados a esta última disciplina y por su actualidad se plantea como objetivo del trabajo: Analizar la pertinencia de la disciplina de Gestión y Promoción de la Música en el Plan de Estudios E de la Licenciatura en Música.

Resultados-discusión

La Disciplina Gestión y Promoción de la Música en el Plan E de la Licenciatura en Música

En el 2019 a partir del contexto sociocultural globalizado que vivía la humanidad y su impacto en las prácticas artístico-culturales en el mundo y en particular en Cuba, se hizo necesario introducir en el nuevo Plan de Estudios Disciplinas y asignaturas que apuntaran a resolver problemas profesionales que a su vez generaban contradicciones en su práctica artística. En este sentido se plantea como una de las problemáticas a tener en cuenta:

- La concepción y gestión de proyectos artísticos de alto nivel estético capaces de enfrentar, las complejidades de un mercado laboral altamente competitivo y dominado por el mercantilismo de la música, y las cambiantes condiciones del contexto sociocultural actual.

Es importante aclarar que de igual forma esta nueva problemática en cuestión se incluyó dentro del **campo de acción** del licenciado en música, ampliando su espectro ya no sólo a la historia de las artes en general y de la música, el corpus de recursos técnicos expresivos e interpretativos de las diferentes especialidades de la música, sino también a la teoría de la música, la filosofía, la estética, la crítica, la gestión cultural, la sociología musical, la psicología de la música y la pedagogía musical.

En cuanto a los **modos de actuación profesional**, se agregó entonces, la conducción de procesos de gestión basados en sólidos conocimientos musicales que garanticen la coherencia de las propuestas desde su concepción estética hasta las diferentes formas en que estas se insertan en determinados escenarios musicales.

Por consiguiente, aparece declarado dentro de los **objetivos generales de la carrera**: aplicar, desde posiciones éticas y responsables, herramientas de la gestión de la música en la concepción y realización de proyectos artísticos en relación con la naturaleza de estos.

Presentación de la Disciplina Gestión y Promoción de la Música

Esta disciplina pertenece al Currículo Base con un total de 160 horas, de ellas 64 horas de clases y 96 horas de práctica laboral para el curso diurno; en el caso del curso por encuentros cuenta con un total de 56 horas, de ellas 32 horas de clases y 24 horas de práctica laboral. Válido aclarar que es la única disciplina que cuenta con práctica laboral, además de Educación Física en el caso del curso diurno.

Como parte de la Fundamentación de la disciplina, se declara el voraz impacto de las llamadas industrias culturales y se erige la música como una mercancía que se crea con un valor y precisa de su promoción para circular y ser conocida. En este escenario, se hace cada vez más necesaria la preparación del artista para que pueda asumir problemas de circulación de la obra, como parte del proceso creativo.

La Universidad, desde su misión de formar artistas, tributa al desarrollo cultural del país, y ha de hacerlo integralmente. Uno de los logros fundamentales de nuestro sistema de enseñanza, es la garantía laboral para los graduados de los niveles medio y superior. Precisamente tantos años de protección han traído como consecuencia que la academia no se haya percatado de que, sus egresados se insertan en el mundo artístico con determinadas carencias de conocimientos que retrasan y/o afectan su desempeño laboral.

La anterior situación no ha constituido óbice para que determinados artistas de la música conciban interesantes proyectos apoyados o no por instituciones de la cultura; aún sin conocer a cabalidad las funciones y misiones de tales entidades. El talento y la capacidad individual hacen posible que se consoliden los resultados de la autogestión.

Siendo así, el músico estudiante universitario, como actor de procesos culturales y, artista que debe estar a la altura de su tiempo, debe recibir una preparación que le permita dominar los elementos fundamentales para el diseño, ejecución y evaluación de dichos procesos. Por otra parte, se requiere de tales conocimientos, para lograr una eficaz comunicación artista-funcionario- especialista en gestión cultural.

La obra musical, entendida como cadena comunicativa, “presenta un comportamiento históricamente determinado que, en el presente, requiere del creador conocimientos y habilidades que le permitan de manera consciente gestionar su obra”. (Amaya, 2008)

Los sujetos compositores–intérprete–perceptor mantienen un conjunto de interrelaciones que requieren de profundidad en múltiples aspectos de su quehacer. No basta el dominio de conceptos teóricos y de un instrumento para crear una obra musical hoy día y menos aún para que la misma llegue al destino de los públicos. Si el intérprete desconoce las maneras actuales para difundir sus obras, se quedará, únicamente, con la relación que estableció con el determinado número de personas que acudió a su concierto.

Por otra parte, “el desconocimiento de los principios legales y los niveles de desarrollo cultural que se van alcanzando en nuestro país y en el mundo, cada vez más atentan contra el crecimiento de ese artista – músico”. (Lipsyc, 2000) siendo así se requiere de una mayor amplitud del entorno académico en la formación del profesional que se encuentra en nuestras aulas.

En su texto: ¿Músico o empresario? Perspectiva sobre la industria de los negocios en el sector de la música, el Dr. Johannes Abreu afirma: “Cuando a la habilidad natural del artista se unen capacidad de gestión, recursos humanos y materiales de manera integrada, el impacto social y económico de su creación se hace superior”. (Abreu, 2014)

La capacidad de gestión no es únicamente un don natural, se va conformando a partir de conocimientos que la universidad actual puede brindar, de ahí la importancia de esta propuesta disciplinar.

La disciplina Gestión de la Música, concebida para los perfiles de la carrera Música, tiene antecedentes en conocimientos adquiridos en los niveles precedentes y se erigirá modo de hacer transversal para toda la carrera.

Objetivos generales de la disciplina:

1. Identificar los principales derechos laborales, de propiedad intelectual y de otra naturaleza en la gestión de la música.
2. Determinar las influencias del sistema de instituciones nacionales e internacionales vinculadas a la música en la labor creativa individual y colectiva.
3. Utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones como herramienta de gestión de la música.
4. Sistematizar modelos de gestión de la música a partir de experiencias cubanas.
5. Aplicar los elementos fundamentales de la gestión para la concepción y ejecución de proyectos de la música.

La disciplina potencia *valores éticos* relacionados con: el empleo de los derechos de autor y derechos conexos asociados al empleo, divulgación y promoción de la música; el uso de las redes sociales; la creación y presentación de proyectos creativos. Se desarrollan además el compromiso y la responsabilidad con la obra personal y colectiva en los temas relacionados con la creación de proyectos, los derechos y la circulación de la obra, su promoción y divulgación. Se estimulan también valores identitarios, jurídicos y otros asociados al trabajo colectivo, la cooperación, la solidaridad y la fraternidad.

Dentro de las principales indicaciones metodológicas y de organización de la disciplina se puede decir que esta se presenta desde una perspectiva integradora e interdisciplinar donde confluyen conocimientos procedentes de diferentes campos del saber, en torno a la explicación de los procesos que permiten comprender la complejidad y diversidad de factores que inciden en la gestión de la música.

La gestión de la música, entendida como proceso que abarca desde la concepción de la obra o proyecto hasta los mecanismos de circulación, producción, divulgación y consumo del proyecto artístico-musical; debe abordarse didácticamente a partir de la exploración de las experiencias de los estudiantes en su devenir en tanto profesional de la música.

Se aspira así a promover un aprendizaje significativo que se erija desde las disímiles experiencias de cada grupo, con énfasis en la construcción de proyectos en los que se puedan explicitar metas a corto, medio y largo plazo.

Los grupos se deben organizar de manera tal, que coincidan diferentes perfiles, a fin de enriquecer los debates con ópticas y experiencias disímiles. Se recomienda la orientación hacia el trabajo en equipos, igualmente integrados por estudiantes de diversos intereses y psicologías.

Los principios de la Gestión cultural y el análisis de la política cultural de nuestro país deben estar presentes de manera sistemática, a fin de que tributen a la inserción profesional del alumnado. Los contenidos teóricos estarán acompañados de lecturas complementarias que promuevan la reflexión colectiva. Asimismo, se propone la realización de trabajos individuales sobre diversas instituciones y organismos de la cultura.

De acuerdo las características propias de los saberes que se consignan en esta propuesta disciplinar, los contenidos referidos a las temáticas de legalidad e informática no poseen relaciones de precedencia y continuidad, por lo que su ordenamiento en asignaturas dentro de la disciplina puede ocupar lugares disímiles.

La diversidad de aristas, campos y locaciones que integra la gestión de la música y su marcado carácter práctico, hacen que este campo carezca de sistematizaciones para su abordaje integral dentro de un proceso de formación. Ello condiciona que la disciplina deba ser impartida en la modalidad de team teacher integrados por especialistas con experiencia en cada una de las temáticas que se proponen.

En consonancia con lo anterior, "ha de lograrse la participación en seminarios y talleres, de funcionarios de la

música que puedan dialogar con los estudiantes a partir de sus resultados y los de las instituciones que representan". (Byrne, 2014)

La disciplina tiene asignadas un número de horas de práctica laboral, las que deben estar asociadas a acciones de gestión vinculadas con el proyecto de creación que se concreta a partir del tercer año. Estas acciones deben estar vinculadas a aspectos relativos a la concepción, fundamentación, realización, divulgación, promoción y circulación de la propuesta.

En el caso de proyectos con un grado de madurez tal que pueden llegar a niveles de presentación para integrar catálogos de empresas de la música, grabación de discos, u otras acciones de mayor envergadura que demandan del estudiante altos niveles de independencia; desde la disciplina se debe apoyar y/o conducir los proyectos hasta lograr los objetivos previstos.

Por las características de la disciplina, ella tiene un papel protagónico en el desarrollo y concreción de las estrategias curriculares orientadas al desarrollo de las valoraciones económicas, políticas, jurídicas y medioambientales de la música, así como a la del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo profesional.

Igualmente, la concepción y desarrollo de los proyectos de creación, demandan por su naturaleza propia, de la investigación y el ejercicio del criterio, en la determinación de los objetivos y alcances del mismo, en su propio contenido y sus tratamientos, hasta los estudios relativos a los posibles circuitos, épocas, territorios y espacios para su divulgación, promoción, presentación y evaluación de su impacto.

El colectivo de la disciplina debe enfocarse desde lo metodológico en la búsqueda y experimentación de formas de abordar los contenidos y los ejercicios de clase desde el vínculo directo con el proyecto profesional del estudiante, en su condición de trabajador. Ello pudiera implicar, la búsqueda de otras formas de organización de la docencia que difiera al tratamiento habitual que se realiza con el resto de las disciplinas.

Las características de la disciplina que, desde sus objetivos y contenidos, sustentan y sostienen el desarrollo de los proyectos de creación, exige un vínculo directo y especial con la disciplina principal integradora de cada uno de los perfiles y desde la naturaleza de cada uno de ellos se orienta y direcciona los proyectos, se establecen las herramientas que permiten el completamiento del ciclo de creación actual.

La disciplina propone un sistema de evaluación que transite por los controles sistemáticos y parciales, al tiempo que se integra con la disciplina principal integradora para la evaluación del proyecto de graduación del estudiante.

Pertinencia de la Disciplina Gestión y Promoción de la Música en el Plan E de la Licenciatura en Música

Para la realización de este análisis no se puede obviar las cuestiones asociadas al complejo contexto que han afectado al país: recrudescimiento del Bloqueo con respecto al 2016 cuando se elaboró el documento base del Plan E, la

contingencia energética del país, el surgimiento de la pandemia Covid 19 que ha implicado ajuste de los Planes de Estudio y ha afectado el cumplimiento del Objetivo N. 4 de la Agenda 2030 de la ONU y el Artículo 7 de la Constitución de la República de Cuba.

Sin embargo, de manera general:

- Se logra formar un profesional de perfil amplio, a partir de la introducción de esta disciplina.
- Se concreta el eficaz desarrollo de una articulación entre los temas de esta disciplina en el pregrado y el posgrado (maestría, doctorado).
- A partir de la introducción de la disciplina se logra una flexibilidad curricular. Para ello se tuvo en cuenta en el contenido las particularidades de cada territorio ya que esta es una carrera nacional.
- Aún no se logra un trabajo intra, inter y transdisciplinarios.
- Se logra la integración sistemática y orgánica de los componentes del proceso enseñanza-aprendizaje (académico, laboral e investigativo).
- Se amplía el empleo de las TIC, y aunque se plantea en los objetivos generales y en las habilidades profesionales del Plan de Estudios, aun no se prioriza el trabajo con las mismas.

Con el objetivo de particularizar nuestro estudio, se tuvo en cuenta la Matriz DAFO, también conocido como análisis FODA o DOFA. Es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro. Pese a su simplicidad, está considerado como el 'abecé' de cualquier estrategia. Su nombre en español surge del acrónimo de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades. Esta herramienta, es como si se tomara una *radiografía* de una situación puntual de lo particular que se esté estudiando. Luego de analizarlas, se deberán tomar decisiones estratégicas para mejorar la situación actual, en el futuro.

Debilidades

- No están declarados los nexos interdisciplinarios imprescindibles para la comprensión integrada de los diferentes procesos históricos, culturales, políticos, sociales, ni la graduación de los contenidos coincidentes en diferentes asignaturas, así como tampoco los núcleos de articulación interdisciplinar con otras disciplinas que conforman el Plan de Estudio.
- No se relacionan en el programa los posibles métodos y medios de enseñanza a emplear en la disciplina.
- No se relacionan los núcleos básicos de la disciplina, mediante lo cual se pretenden las relaciones interdisciplinarias.
- Se encuentra poco actualizada la bibliografía básica.

Amenazas

- La no existencia de un proyecto de investigación que tribute directamente a la disciplina.
- La no actualización del programa de la disciplina acorde a los cambios del contexto.

Fortalezas

- La disciplina cuenta con todos los elementos establecidos.
- Existe una coherencia entre la fundamentación del programa de la disciplina y la declaración de objetivos, contenidos, habilidades y valores.
- La disciplina puede llevarse a la praxis social y local.

Oportunidades

- La existencia de diferentes proyectos de creación que se pueden aprovechar para beneficio y mejora del trabajo de la disciplina.
- La Disciplina aportará herramientas práctico-metodológicas para el futuro desempeño del profesional.

Plan de Mejoras

Ha sido y continúa siendo, por el carácter novel de la disciplina, responsabilidad del colectivo de la misma, en su constante trabajo metodológico, definir los métodos y medios de enseñanza, así como los contenidos coincidentes y núcleos básicos de articulación intra e interdisciplinar. Es válido aclarar que esta propuesta puede variar en función de la experiencia en la impartición del programa.

- Realizar un análisis de la distribución de algunas asignaturas por años o semestres que obstaculizan la realización de evaluaciones interdisciplinarias.
- Sugerir a la Comisión Nacional de carrera el reajuste de algunos objetivos y habilidades que se repiten y pueden ser sintetizados. Además de replantearse la ubicación de los egresados que viene contenida en el modelo del profesional.
- Potenciar desde el trabajo metodológico el uso de las TIC, para poder cumplir con el objetivo de lograr menor presencialidad.
- Potenciar los procesos de gestión a partir de la utilización de diferentes herramientas.
- Perfeccionar el vínculo entre los objetivos generales y las habilidades declaradas en el modelo del profesional.
- Actualizar la bibliografía básica a utilizar en el programa de disciplina.
- Reforzar en la disciplina su vínculo e interacción constante con las problemáticas del desarrollo local.
- Actualizar el programa de la disciplina, la declaración de objetivos, contenidos, habilidades y valores, según las particularidades y las demandas del contexto.

En el Anexo del presente trabajo se propondrán algunas acciones que tributarán directamente al Plan de Mejoras.

Conclusiones

A partir del objetivo planteado se pudo arribar a las siguientes conclusiones:

La Gestión y Promoción de la Música, es una disciplina que se introduce en este plan de formación de manera muy acertada, ante la emergencia de esta manifestación como industria cultural y a partir del complejo entramado de relaciones, espacios, tiempos, que rodean a la creación musical vista en todo su ciclo: producción, reproducción, modalidad, socialización.

Como parte de la formación integral del Licenciado en Música se encuentran los procesos de gestión y socialización de la obra musical producida o del proceso creativo.

Los compositores deben mantener una sistematicidad en la creación y presentación de obras y demostrar su capacidad de gestión para la interpretación en vivo de estas.

La matriz DAFO demostró lo mucho que queda por perfeccionar, pero siempre partiendo de su pertinencia e impactos, ya que las exigencias artísticas de los proyectos de creación en función de los objetivos, las necesidades individuales y las posibilidades de realización cada vez se hacen más necesarios.

Los espacios reales y virtuales para la promoción y circulación de la obra musical; demandan actitudes y modos de comportamiento ético, responsable, consecuentes con los principios de la creación en general que deben ser proyectados y practicados en el espacio de esta disciplina en función del proyecto personal de cada estudiante.

Referencias bibliográficas

- Abreu, J. (2014). *¿Músico o empresario? Perspectiva sobre la industria de los negocios en el sector de la música*. Ediciones Cidmuc del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana, La Habana.
- Álvarez de Zayas, C. (1999). *El diseño curricular*. Cochabamba, CREA.
- Amaya, C. (2008). *Gestión de mercadotecnia en el arte*. Ediciones UNIÓN.
- Byrne, D. (2014). *Cómo funciona la música*. Barcelona.
- Lipsyc, D. (2000). *Derecho de Autor y Derechos Conexos*, Tomos I y II, Félix Varela.
- Documento Base para el diseño de los Planes de Estudio "E" (Proyecto) (2016).
- Resolución No. 2/2018 del Ministerio de Educación Superior.

ANEXO

Cronograma de acciones

Mejora a aplicar	Responsable	Fecha de cumplimiento
Incluir en el Plan de Trabajo de la disciplina la actualización de la bibliografía básica.	Jefe de Disciplina	Febrero 2024
Incluir en el Plan de Trabajo Metodológico un taller sobre la actualización de la disciplina: los objetivos, habilidades, valores, métodos y medios de enseñanza, así como los contenidos coincidentes y núcleos básicos de integración intra e interdisciplinar.	Jefe de Disciplina	Marzo 2024
Incluir en el Plan de Trabajo la ubicación de los egresados y la elaboración de los perfiles de competencia según las particularidades demandas del contexto.	Jefe de Disciplina	Marzo 2024
Llevar propuestas al Consejo de carrera de evaluaciones interdisciplinarias-integradoras.	Jefe de Disciplina	Abril 2024
Realizar una clase abierta donde se potencie el uso de las TIC, con el objetivo de lograr una menor presencialidad.	Profesor de la asignatura	Mayo 2024
Realizar una clase metodológica instructiva sobre el perfeccionamiento del vínculo entre los objetivos generales y las habilidades declaradas en el modelo del profesional.	Profesor de la asignatura	Junio 2024
Incluir en el Plan de Trabajo un taller sobre las entidades donde se realiza la práctica laboral para perfeccionar su contribución al desarrollo local.	Jefe de Disciplina	Junio 2024

Influencia del consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la secundaria básica

Influence of alcohol consumption on the behavior of high school teenagers

Dunia María Reyes Hernández¹

E-mail: reyesdunia772@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0554-6685>

Lazara Lucía Cruz Bauta¹

E-mail: lucyc0991@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-3006-2016>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Reyes Hernández, D. M., Cruz Bauta, L. L. (2024). Influencia del consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la secundaria básica. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 138-143. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo explicar la influencia del consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la Secundaria Básica Rigoberto Balsinde. En la investigación se hace uso de la metodología cualitativa y cuantitativa pues ambas dialogan en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos, además se utilizan los métodos teóricos como histórico-lógico, analítico-sintético, generalización, y dentro de los métodos empíricos la entrevista y el cuestionario. El consumo de alcohol en los adolescentes de la escuela secundaria básica se presenta primordialmente con la frecuencia de dos o cuatro veces al mes, bebiendo de tres o cuatro copas, presentando un inicio en su consumo alrededor de los once años debido a que fuera animados por sus amigos de su misma edad incluso lo hacen con la finalidad de estar bien con sus amigos, llegando hasta el punto de emborracharse lo cual demuestra la importancia que ejerce el grupo de pares ya que es en la adolescencia la etapa en la que el ser reconocido y aceptado por el grupo de amigos adquiere una gran importancia.

Palabras clave:

Adolescencia, Consumo, Alcohol.

ABSTRACT

The objective of this research is to explain the influence of alcohol consumption on the behavior of Teenagers from Rigoberto Balsinde Secondary School. In the research, qualitative and quantitative methodology is used since both dialogue in the analysis and interpretation of the results obtained. In addition, theoretical methods such as historical-logical, analytical-synthetic, generalization, and within the empirical methods, the interview and the questionnaire were used. The consumption of alcohol in teenagers in basic secondary school occurs primarily with the frequency of two or four times a month, drinking three or four drinks, presenting a beginning in consumption around the age of eleven due to being encouraged by friends of the same age even do it in order to be on good terms with their friends, reaching the point of getting drunk, which demonstrates the importance of the peer group since adolescence is the stage in which being recognized and accepted by the group of friends acquires great importance.

Keywords:

Adolescence, Consumption, Alcohol.

Introducción

El consumo de alcohol en los adolescentes es una problemática que a lo largo de los años ha ido aumentando. Disminuyendo paulatinamente la edad en la que los adolescentes comienzan a consumir alcohol. El consumo de alcohol en la adolescencia resulta en la actualidad un problema para las familias y para la sociedad en general. El alcohol en el interior de la familia, parece ser el causante de conflictos que convergen en disfunciones familiares, con las respectivas consecuencias: violencia, pérdida de años, suicidios, accidentes de tránsito. La preocupación en general de este trabajo ha sido el comportamiento de los adolescentes que consumen alcohol.

Por las características propias de la adolescencia, es un periodo de inestabilidad de búsqueda y de cambios. En esta etapa del desarrollo, prima una actitud cuestionadora que se opone a las normas, surge un deseo de exploración de nuevas experiencias. En este contexto social y familiar, el alcohol es adictivo para todos y cuando se inicia su consumo antes de los dieciocho años, aumenta la posibilidad de que se genere una adicción. El consumo de alcohol en la adolescencia incrementa cuatro veces la probabilidad de padecer trastornos de personalidades.

En la actualidad, el consumo de alcohol afecta a las personas y a la sociedad de diferentes maneras, con un mayor impacto en la adolescencia, etapa en la que se producen importantes cambios a nivel fisiológico, psicológico y social. Es también en este periodo de la vida en que se empieza a reivindicar el “yo” ante los demás, se genera más autonomía respecto a la familia, existen más relaciones con el grupo de iguales y una mayor influencia de estos principalmente en lo que a conducta se refiere.

Los adolescentes buscan en el alcohol un medio de evitación, de escape, refugio o de aceptación social principalmente ante sus amigos y grupos de pares. En esta etapa crítica, el individuo se encuentra en la búsqueda de su propia identidad y tiende a rebelarse ante las figuras de autoridad. Todo esto lo lleva a realizar conductas sin evaluar las consecuencias que se pueden presentar en él mismo y en su entorno inmediato.

Las principales características de este consumo nos indican que es bajo el índice de dependencia al alcohol en adolescentes, debido a que, en esta edad, se encuentran en los inicios del consumo. Pero frecuentemente tienen problemas relacionados con su forma de beber; por ejemplo, los accidentes, el uso combinado de alcohol y drogas, el abandono de estudios, estos y otros problemas se derivan de los patrones de beber que se acostumbran entre los adolescentes, que consisten principalmente en ingerir altas cantidades de alcohol, en eventos y espaciados.

Realizando esta investigación se puede llegar a ayudar a la sociedad mediante una introspección, quienes participan en la misma se tomen un momento de reflexión acerca de cómo tratan este tema en su vida diaria. Es realmente importante que los miembros de esta sociedad puedan

entender la gravedad del asunto para luego poder sumarse a la causa.

La adolescencia es un periodo de inestabilidad, búsquedas y de cambios. En esta etapa de desarrollo, prima una actitud cuestionadora que se opone a las normas, surge un deseo de exploración a las nuevas experiencias. En este contexto el consumo de alcohol puede ser un gran problema, por ser adictivo sobre todo cuando se inicia su consumo antes de los dieciocho años, pues en este caso aumenta la posibilidad que se genere una adicción. El consumo de alcohol en la adolescencia incrementa cuatro veces la probabilidad de padecer trastorno de personalidad e influye de manera negativa en su desarrollo psicosocial. Por todo ello resulta una la problemática que merece ser atendida, en tanto, existe un aumento del consumo de alcohol en la adolescencia.

La presente investigación pretende dar respuesta a la siguiente interrogante ¿Cómo influye el consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la escuela secundaria básica Rigoberto Balsinde de Ciego Montero? Para ello se asume como objetivo general: Explicar la influencia del consumo de alcohol en el comportamiento de los adolescentes de la secundaria básica de Ciego Montero.

Materiales y métodos

El estudio está basado en los paradigmas cualitativos y cuantitativos (Hernández, et. al., 2010), por lo que se escoge una conjunción de ambos, los cuales tiene la finalidad de exponer datos, causas y motivaciones por lo que los adolescentes consumen alcohol y como esto incide en su comportamiento.

Se utiliza para la investigación los métodos teóricos (Hernández et. al., 2010), enfoque histórico-lógico, analítico-sintético y generalización. Estos métodos permiten realizar un análisis del objetivo de investigación desde lo general hasta lo particular. También se trabaja con la entrevista y el cuestionario como métodos empíricos (Alonso, 2008; Hernández et. al., 2010), los cuales permitieron buscar la información necesaria para analizar la influencia del consumo de alcohol de los adolescentes de la secundaria básica Rigoberto Balsinde de Ciego Montero.

La secundaria básica cuenta con una matrícula de 153 estudiantes lo que constituye la población de la investigación que se presenta. Se realiza un muestreo intencional no probabilístico porque la selección de la muestra depende de los criterios del investigador. Dentro de los criterios de selección de la muestra se tienen en cuenta:

- Adolescentes que están cursando el 9no grado de la secundaria básica, por ser este el año terminal de un periodo donde los estudiantes están empoderados por ser los de más edad dentro de la institución educacional.
- Adolescentes dispuestos a participar de la investigación.
- A partir de los elementos antes mencionados la muestra de la investigación fue de 14 adolescentes, siete varones y siete hembras.

Resultados-discusión

Consumo de alcohol: un acercamiento a su estudio

La historia del consumo de alcohol se puede remontar a la propia historia de la vida del ser humano, con una carga cultural que trasciende a través de las generaciones. Se le ha identificado presente en la historia de la sociedad, en los distintos ámbitos en la vida del hombre; su origen se relaciona, con aspectos mágicos y religiosos. Formando parte de rituales y festividades colectivas, también ha estado presente en momentos de crisis cultural y de valores (Alonso, 2008). Es considerada la droga legal más consumida que ha formado parte del entorno social y cultural a través de los años, su devenir histórico la ha convertido en una sustancia ampliamente utilizada y con una enorme aceptación social. El consumo de alcohol en los adolescentes es el reflejo de la adaptación a la sociedad y con un significado social durante la transgresión, el inicio del mundo adulto y el desierto atractivo personal (Pons y Buelga, 2011).

El consumo de alcohol es un problema mundial que va en aumento, afectando no solo a poblaciones adultas, sino que a poblaciones más jóvenes que se convierten en una presa fácil en ser consumidores por ser menos conscientes que los adultos (Rodríguez, 2007). En la actualidad el consumo de alcohol es considerado una práctica socialmente aceptada y se le reconoce como vehículo de socialización en diversos grupos sociales como en los adolescentes.

La presente investigación trabaja con los criterios de Del Sol Padrón et al. (2010), el cual refiere que el consumo de alcohol: Trastorno conductual, crónico manifestado por repetidas ingestas de alcohol, excesivas respecto a las normas dietéticas y sociales de la comunidad y que acaban interfiriendo la salud o las funciones económicas y sociales del bebedor.

Factores que influyen en el consumo de alcohol

El consumo de alcohol genera problemas en las relaciones sociales, conflicto de pareja y familiares, que pueden llevar al aislamiento y a situaciones de destrucción familiar, problemas económicos.

- Factores individuales

Búsqueda de identidad del adolescente: la principal causa individual del consumo de alcohol es la crisis de identidad reflejada en su identidad. Desde el punto de vista psicológico se considera a la adolescencia como una situación marginal en la cual ha de realizarse nuevas adaptaciones; aquellas que dentro de una sociedad dada, distinguen la conducta infantil del comportamiento adulto, es decir el adolescente cursa por una etapa de abandonar el cuerpo y la identidad infantil, a la vez que busca una identidad propia de la adultez.

Curiosidad: es cualquier comportamiento inquisitivo natural que engendra la exploración, la investigación y el aprendizaje. Los adolescentes pueden acudir al alcohol por curiosidad, por el afán de experimentar, de conocer aquello que se habla y que tan peligroso parece, siempre quiere llegar más allá, rebasar las fronteras, han oído que

embriagarse es divertido y quieren experimentarlo por sí mismo (Rodríguez, 2007).

Imitación: los adolescentes por naturaleza, exploran, experimentan, se identifican y se influyen con sus hábitos de sus modelos (Pons, 2008).

Baja autoestima: la autoestima está vinculada a la autoeficacia, sentimiento de ser competente y capaz. Entonces, es más probable que aquella persona que no se sienta bien consigo misma o capaz de resolver sus problemas caiga en drogas o en cualquier sustancia que lo deprima o estimule, como es el alcohol.

Necesidad de ser aceptado en un grupo: por la necesidad de ser aceptado sobre todo por la sociedad adulta, empieza a buscar la aceptación por amigos que ya consumen alcohol y no ser marginados por no consumirlo; quiere identificarse y compartir las aficiones de un grupo social y quiere que este grupo lo acepte como miembro (Pons, 2008).

Búsqueda de diversión: el adolescente busca en el alcohol la posibilidad de desinhibirse, perder el auto-control y estar más seguro, el beber le hace perder la vergüenza, la timidez (Espada et al., 2003).

- Factores familiares

Experiencias infantiles: el consumo de alcohol en la familia es factor que influye de manera negativa en la etapa infantil de una persona. Interviene la aceptación o el rechazo de beber alcohol por parte de los padres, quienes se constituyen en modelos de conducta (Ramírez, 2005).

Mala comunicación: problemas en la comunicación, en especial escasa o nula comunicación en el binomio de padres a hijo.

Falta de afecto: el rechazo o la ausencia de lazos familiar no solo física sino afectiva y moralmente en donde el adolescente no tiene una identificación con sus padres y carece de modelos de identidad, buscando un modelo sustituto (Ramírez, 2005).

Clima familiar conflictivo: la dinámica de la familia también es factor de riesgo en un menor de edad para beber. Cuando los padres responden bien a las necesidades de su hijo, este está en mejores condiciones para regular sus emociones y el comportamiento; por el contrario, los padres que están deprimidos, antisociales o agresivos con formas de castigo violento tanto físicos como psicológicos hacia sus hijos, crean un ambiente familiar donde los conflictos pueden obstaculizar la capacidad de su hijo para regular y controlar su propio comportamiento.

Consumo de alcohol intrafamiliar: el consumo de alcohol dentro de la familia es siempre referencial para los adolescentes y afecta sobre todo en el adelanto de la edad del consumo por parte de esto. Los adolescentes cuyas familias tienen ya un historial de abuso de alcohol, están en mayor riesgo que otro problema relacionado con el alcohol (Rodríguez, 2007).

Desintegración familiar: por divorcios, separaciones, migración, crianza por abuelos en edades que exigen necesidades de cariño, protección, dependencia y orientación

y que, al contrario, se produce una falta de supervisión de los adolescentes por parte de los adultos (Pons, 2008).

- Factores sociales

Amigos bebedores: la presión de los compañeros que consumen puede animar la experimentación con el uso de alcohol o el simple factor de imitación sin información verbal, debe ser considerado como factor influyente cuando existe consumo de alcohol en grupo. La experiencia inicial nace básicamente de la necesidad de pertenecer a un grupo, de la búsqueda de modelos de reafirmación y de la noción que pertenecía (Ferrer, 2009).

Problemas académicos: los estilos educativos del centro escolar se constituyen en otro factor de riesgo, la ausencia de estímulos al desarrollo colectivo y de oportunidades para que cada alumno pueda desarrollar su habilidad en la toma de decisiones racionales de modo autónomo y responsable (Pons, 2008).

Adolescencia y consumo de alcohol

La adolescencia es un periodo de transición de la vida, como cualquier otro que el ser humano atraviesa en su desarrollo evolutivo; claro, con sus características específicas. Por eso, se debe conocer y saber qué situaciones en la vida cotidiana pueden presentarse en los hijos adolescentes, a fin de poder acompañar, comprender y solucionar las diferentes dificultades que, como padres, podemos experimentar. Cada adolescente es totalmente diferente, como lo es cada individuo sobre la tierra. Ninguno es igual a otro, los adolescentes son irrepetibles, pero existe una serie de características comunes en la etapa de la adolescencia que son importantes de señalar. Durante este periodo de desarrollo los adolescentes se muestran mucho más vulnerables ante algunos riesgos saludables, como el consumo de alcohol.

En las etapas inicial y media de la adolescencia (desde los 11 a los 17 años), los jóvenes desarrollan una imagen propia, un rol que buscan proyectar y potenciar ante los demás. El desarrollo de la personalidad provoca en el adolescente la necesidad de independencia frente al núcleo familiar y la búsqueda de integración en grupos sociales. Esta necesidad de pertenecer a un grupo puede llevar a los jóvenes a desarrollar comportamientos de riesgo, como el consumo de alcohol.

Los hábitos llevados a cabo dentro del entorno de familia y amigos son cruciales a la hora de prevenir o fomentar el consumo de alcohol. El adolescente también desarrolla en este tiempo una sensación de fortaleza e invulnerabilidad, lo que puede acarrear que el joven desarrolle comportamientos de riesgo y comience a consumir alcohol y drogas.

Los adolescentes son más vulnerables al alcohol esto se debe a que todavía no se ha alcanzado la etapa adulta y el joven se encuentra en una fase de formación y desarrollo, por lo que las consecuencias para la salud son mayores que para un adulto maduro. Además de los riesgos derivados de la ingesta de alcohol en la salud física, los daños más perjudiciales a estas edades se producen en la salud mental.

El cerebro del adolescente se encuentra en constante desarrollo y crecimiento; durante la adolescencia el joven va a adquirir todas las capacidades de razonamiento, planificación, procesamiento de la información, capacidad discursiva y todas las propiedades del pensamiento abstracto. El consumo de alcohol durante esta etapa de adquisición y desarrollo de estas habilidades puede estancar el proceso y dar como resultado un adulto que presente importantes carencias en el pensamiento maduro. El alcohol también perjudica las zonas del cerebro responsables de la memoria y del aprendizaje, que también se encuentran en desarrollo y que dificultan sobremanera y perjudican la capacidad de crear y almacenar recuerdos, la atención y la concentración.

Estas habilidades son imprescindibles para el desarrollo de la educación y el aprendizaje, por lo que, a la larga, su carencia o su desarrollo incompleto pueden traer graves consecuencias. Además de los riesgos para el desarrollo del pensamiento, maduro y la capacidad cognitiva, el consumo de alcohol en adolescentes afectan sobremanera a la conducta, lo que puede provocar el desarrollo de un comportamiento agresivo que dificulte el correcto desarrollo de las relaciones sociales.

Caracterización de los adolescentes de la Secundaria Básica Rigoberto Balsinde

Los adolescentes de la Secundaria Básica Rigoberto Balsinde del Consejo Popular Ciego Montero se caracterizan por su independencia, cada cual lucha por su identidad. Son estudiantes activos, tiene habilidades para administrar su tiempo y organizarse, además de tener la disciplina para estudiar sin recordatorios externos, pueden adaptarse a ambientes de estudios nuevos.

Es muy claro que se encuentran en una etapa de muchos cambios e ironías porque lo que desean es adaptarse a un lugar, a un grupo y a la sociedad. Por lo mismo tantos cambios son críticos, pero no aceptan que los critiquen, son inestables, pero quieren estabilidad, quieren ser favoritos, pero les desagrada el favoritismo, quieren ser comprendidos, pero a la vez no les gusta comprender, son apasionados y se dejan llevar por sus impulsos.

No aguantan ser despreciados, se creen objetos de injusticia; tiene apetitos de excelencia. No son malintencionados, sino que son ingenuos, son incrédulos y llenos de esperanzas, son fáciles de engañar, son vergonzosos. Las características de esta etapa pueden variar con él tiempo. Buscan pertenecer a un grupo, les importa su prestigio.

En ocasiones son desconsiderados con la familia, sostienen los ideales del líder del grupo, son egocéntricos, llegan a conclusiones propias. Cambian muy fácil de estado de ánimo. Son idealista buscan cambiar el mundo. Defienden los derechos y la justicia social. Elude las responsabilidades impuestas. Tienen una actitud negativa hacia las personas, y muchas veces hacia sí mismo.

Consumo de alcohol de los adolescentes

El consumo de alcohol puede ser perjudicial para la salud y para las relaciones sociales, pero la naturaleza y la gravedad de sus efectos depende tanto de la cantidad de

alcohol consumida (en relación con el tiempo) como de los hábitos de consumo. En los adolescentes el consumo de alcohol se asocia muchas veces con la autodeterminación, la diversión, el ocio y la modernidad, y constituye un elemento que da estatus en su grupo de pertenencias, lo que hace más difícil su eliminación a pesar de las consecuencias negativas derivadas del consumo excesivo (Gutiérrez, 2005).

La adolescencia es un periodo vulnerable en relación con la adopción de comportamientos dañinos, incluyendo el consumo de alcohol. Este está asociado con varios problemas, los adolescentes que se han embriagado al menos una vez en sus vidas tienen mayor riesgo de trastornos psicológicos. Aunque el consumo total de alcohol a nivel de población está disminuyendo en algunos países, sigue siendo este un importante problema porque los adolescentes a menudo ven el consumo de alcohol, incluida la embriaguez, como un rito para la transición a la adultez. No asocian el consumo de alcohol con los problemas que de él pueden derivarse, esperan del alcohol cambios positivos globales y a la vez no creen que dicha sustancia tenga consecuencias negativas.

En la actualidad el consumo de alcohol constituye un grave problema porque se le considera una droga capaz de destruir al ser humano en su integridad física, mental, social y espiritual.

El consumo excesivo de alcohol en la adolescencia influye en el desarrollo de la estructura del cerebro, cuanto más temprano se empieza a beber mayor es la posibilidad de que haya abuso y dependencia en la vida adulta. La capacidad del organismo de un adolescente para metabolizar el alcohol está todavía inmadura y el consumo de este va en aumento.

Consecuencia del consumo de alcohol de los adolescentes

El consumo de alcohol de los adolescentes conlleva una serie de consecuencias, tanto orgánicas como emocionales y sociales. Los efectos de este consumo son mucho mayores en los adolescentes, dado que su organismo está en pleno desarrollo, siendo los efectos mucho más determinantes. Las principales consecuencias del alcohol en adolescentes son:

- Alteraciones neuronales: el consumo de alcohol modifica el funcionamiento de numerosos receptores cerebrales y por tanto de muchos circuitos neuronales. Esto tiene graves efectos, especialmente en jóvenes, pues afecta seriamente al desarrollo cerebral de los mismos. Aquí encontrarás más información sobre los efectos del alcohol en el cerebro y sistema nervioso.
- Trastornos endocrinos: el consumo de grandes cantidades de alcohol provoca cambios a nivel hormonal. Esto, provoca entre otras cosas, que se altere la producción de hormonas tan importantes como la hormona del crecimiento, la cual es fundamental para el buen funcionamiento del cuerpo humano.
- Mayor riesgo de desarrollar enfermedades: al ser una sustancia tóxica, a altas dosis, el alcohol provoca alteraciones celulares de todos los tejidos. Por ello, propicia

la aparición de tumores, especialmente a nivel oral, faríngeo, mamario, rectal, esofágico, hepático y laríngeo.

- Debilitación del sistema inmunitario: otra de las consecuencias del consumo de alcohol en los jóvenes es la repercusión en el sistema inmunitario, que hace que un organismo sea mucho más susceptible a contraer infecciones tanto víricas como bacterianas. Estas enfermedades son de todos los tipos, cardíacas, respiratorias, reproductivas.
- Alteraciones gastrointestinales: el alcohol es una sustancia que además de ser muy tóxica, resulta altamente irritante para las mucosas gástricas. Esto conlleva que, un consumo elevado de bebidas alcohólicas, provoque graves trastornos a nivel estomacal e intestinal, propiciando la aparición de vómitos, gastritis, úlceras y demás.
- Efectos cardiovasculares: incluyendo alteraciones de ritmo cardíaco, hipertensión arterial o miocardiopatías.
- Problemas sociales y emocionales: otra de las consecuencias del alcoholismo en adolescentes es la afectación del área social y emocional. El consumo continuado y excesivo de alcohol, al provocar todos los desajustes mencionados con anterioridad, provoca una serie de alteraciones a nivel tanto social como emocional. Algunas pueden ser la agresividad, depresiones o ansiedad.

Los adolescentes transitan una etapa la cual se encuentran conformando su identidad, enfrentándose a nuevos retos y descubren nuevas emociones. Es justo en este momento en el cual el adolescente puede tener un primer contacto con el alcohol, el cual puede llegar a afectar su comportamiento escolar.

Es bien sabido que la familia es el primer medio de socialización de la cual se aprenden pautas de comportamiento, es por ello, que si los padres consumen alcohol, lo hijos tenderán a ver en ellos algo normal e incluso parte fundamental, para la diversión y así relacionarse con los demás, la mayoría de los padres no saben que sus hijos consumen alcohol, es decir, no cuentan con una comunicación clara y directa, en la cual estén al pendiente y al tanto como de las amistades como entre padres e hijos, lo cual arroja en la investigación que en su mayoría es regular.

El adolescente se encuentra en una etapa que él denomina convencional se puede aseverar que el adolescente puede llegar a consumir alcohol (entre otros aspectos como lenguaje, música y vestimenta) debido a que quiere ser parte de un grupo y ser aceptado en su búsqueda de su propia identidad.

El consumo de alcohol en los adolescentes de la escuela secundaria básica se presenta primordialmente con la frecuencia de dos o cuatro veces al mes, bebiendo de tres o cuatro copas, presentando un inicio en su consumo de alcohol en su mayoría a los once años debido a que fuera animados por sus amigos de su misma edad incluso lo hacen con la finalidad de estar bien con sus amigos, llegando hasta el punto de emborracharse lo cual demuestra la cual importancia que ejerce el grupo de pares ya que es en la adolescencia la etapa en la que el ser reconocido y aceptado por el grupo de amigos adquiere una gran importancia.

De igual manera se describen las pautas de comportamiento que presenta el adolescente debido al consumo de bebidas alcohólicas como por ejemplo su rendimiento escolar se ve afectado y presentan mala conducta (reporte, llamada de atención), además se logró identificar que los adolescentes obtiene las bebidas alcohólicas principalmente comprándolas en establecimiento, bares, tiendas y puestos de la calle, consumiendo cerveza, lo cual demuestra que por parte de las autoridades ni hay una regularización de la compra-venta de alcohol a menores de edad.

Por otra parte, la institución escolar la investigación arroja que la mayoría de estudiantes no han consumido alcohol dentro de la misma, además de afirmar que en ningún momento han desatendido la escuela a consecuencia de beber alcohol, por lo que no vinculan el consumo con sus calificaciones bajas. Por otro lado, la orientadora brindo los promedios finales de los 14 alumnos de la muestra, en el cual nos presenta las calificaciones de cada uno de ellos demostrando que la mayor parte de los alumnos pasan las materias con un promedio entre bajo-regular, así mismo teniendo un alto índice e inasistencias y reportes lo que esto influye en un bajo rendimiento escolar.

Con respecto a la etapa de la adolescencia se considera que es muy común que los adolescentes tienen la falsa creencia de que el alcohol no afecta ni afectara ningún aspecto de su vida, sino que al contrario se verá favorecido esto debido a que el adolescente piensa que Controla todo lo que está a su alrededor, por lo cual, si bebe alcohol el adolescente no se percatara del daño y consecuencia que ello consumo de alcohol puede traer consigo.

Conclusiones

Las principales características que se relaciona con los adolescentes de la secundaria básica Rigoberto Balsinde, son su independencia, cada cual lucha por su identidad, son estudiantes activos, tiene habilidades para administrar su tiempo y organizarse, además de tener la disciplina para estudiar sin recordatorios externos, y pueden adaptarse a ambientes de estudios nuevos.

El consumo de alcohol que se evidencia en la muestra de investigación es elevado ya en los adolescentes se asocia muchas veces con la autodeterminación, la diversión, el ocio y la modernidad, y constituye un elemento que da estatus en su grupo de pertenencias, lo que hace más difícil su eliminación a pesar de las consecuencias negativas derivadas del consumo excesivo.

El consumo de alcohol de los adolescentes conlleva una serie de consecuencias, tanto orgánicas como emocionales y sociales. Los efectos de este consumo son mucho mayores en los adolescentes, dado que su organismo está en pleno desarrollo, siendo los efectos mucho más determinantes. Las principales consecuencias del alcohol en adolescentes son: Alteraciones neuronales, Trastornos endocrinos, Debilitación del sistema inmunitario, Efectos cardiovasculares, Alteraciones gastrointestinales, Problemas sociales y emocionales.

Referencias bibliográficas

- Alonso, C. (2008). *Hacia la construcción de un modelo explicativo de factores de riesgo y consumo de alcohol en mujeres adultas*, [tesis doctoral, Universidad Autónoma de Nuevo León]. <http://eprints.uanl.mx/19967/1/1020162467.pdf>
- Del Sol Padrón, L. G., Fernández, O. Á., y Berovides, J. D. D. R. (2010). Consumo de alcohol. *Revista Finlay*, 10(Número Especial), 61-65. <http://www.revfinlay.sld.cu/index.php/finlay/article/download/11/13>
- Espada, J. P.; Botvin, G. J.; Griffin, K. W., y Méndez, X. (2003). Adolescencia: consumo de alcohol y otras drogas. *Papeles del psicólogo*, 23(84), 9-17. <https://www.redalyc.org/pdf/778/77808402.pdf>
- Ferrer, C. (2009). El alcohol y los adolescentes. *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*, (3). www.eu-med.net/rev/cccs/03/cfl3.htm
- Gutiérrez, I. (2005). Comportamiento ante el alcohol de los estudiantes en la etapa de la adolescencia. *Revista Cubana Medicina General Integral*, 21(1-2). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-21252005000100006&lng=es&nrm=iso>.ISSN 0864-2125.
- Hernández Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5° Ed.). McGraw Hill Interamericana.
- Pons, J. (2008). *El consumo abusivo de alcohol en la adolescencia. Un modelo explicativo desde la psicología social*. Plan Nacional sobre Drogas.
- Pons, J., y Buelga, S. (2011). Factores asociados al consumo juvenil de alcohol. Una revisión desde una perspectiva psicosocial y ecológica. *Psychosocial Intervention*, 20(1), 75-94. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-05592011000100008&lng=es&nrm=iso>.
- Ramírez, M. (2005). La familia y los factores de riesgo relacionados con el consumo de alcohol y tabaco en los niños y adolescentes. *Revista Latino-americana De Enfermagem*, 13(spe), 813-818. <https://doi.org/10.1590/S0104-11692005000700008>
- Rodríguez, I. (2007). Alcoholismo y adolescencia tendencias actuales. <http://www.paidopsiquiatria.com/numero8/art5.pdf>

Hacia una conceptualización de la violencia en el noviazgo

Towards a conceptualization of dating violence

Yamila Ramos Rangel¹

E-mail: yamila.ramos@infomed.sld.cu

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6749-7523>

¹Universidad de Ciencias Médicas Dr. Raúl Dorticós Torrado, Cienfuegos. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Ramos Rangel, Y. (2024). Hacia una conceptualización de la violencia en el noviazgo. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 144-151. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

En el desarrollo teórico y empírico del constructo Violencia en el noviazgo, existen dificultades para su comprensión, unas de naturaleza conceptual y otras de tipo metodológico. Este artículo tiene como objetivo, ofrecer una definición de la violencia en el noviazgo a partir del análisis de algunas distinciones conceptuales de este constructo. Se realizó una investigación teórica descriptiva, sustentada en revisión de literatura digital recabada en bases de datos especializadas: Google Académico, Redalyc, Scielo, PubMed, y Dialnet. Entre los resultados se destaca que la violencia en el noviazgo ocurre en parejas de adolescentes y jóvenes, sin vínculo marital o convivencia estable, sin presencia de hijos, ni dependencia económica; de cualquier orientación sexual y género. Las tipologías principales de violencia son de naturaleza psicológica, física y sexual, con variadas formas de expresión conductual, severidad variable, predominio de un patrón bidireccional de violencia que atenta contra libertades, igualdad de oportunidades y disfrute de los derechos del otro, por acción u omisión; se ejerce control o poder de modo explícito o sutil, en persona o a través de medios electrónicos. Se concluye que la definición de Violencia en el noviazgo que se ofrece puede devenir como marco conceptual para estudios que se realicen al tener en cuenta su carácter multidimensional y naturaleza compleja.

Palabras clave:

Violencia en el noviazgo, Tipologías, Revisión bibliográfica, Marco conceptual

ABSTRACT

In the theoretical and empirical development of the dating violence construct, there are difficulties in its understanding, some of a conceptual nature and others of a methodological nature. The objective of this article is to offer a definition of dating violence based on the analysis of some conceptual distinctions of this construct. A descriptive theoretical research was carried out, based on a review of digital literature collected in specialized databases: Google Scholar, Redalyc, Scielo, PubMed, and Dialnet. Among the results, it is highlighted that dating violence occurs in adolescent and young couples, without marital bond or stable cohabitation, without the presence of children or economic dependence; of any sexual orientation and gender. The main types of violence are psychological, physical and sexual in nature, with various forms of behavioral expression, variable severity, predominance of a bidirectional pattern of violence that threatens freedoms, equal opportunities and enjoyment of the rights of the other, by action or omission; control or power is exercised explicitly or subtly, in person or through electronic means. It is concluded that the definition of dating violence offered can become a conceptual framework for studies carried out by taking into account its multidimensional character and complex nature.

Keywords:

Dating violence, Typologies, Bibliographic review, Conceptual framework

Introducción

Para el estudio de la Violencia en el noviazgo (VN) los análisis que con frecuencia se han realizado se han auxiliado de referentes utilizados para la violencia íntima de pareja o conyugal, o de género. Este encuadre de estudio ha limitado el análisis y profundización explicativa de los elementos característicos de las relaciones de noviazgo, llegando incluso a ignorarlos. No obstante, han servido de punto de partida para su indagación científica.

Como se asevera en la literatura internacional, la VN no es una expresión menor de lo que sería la violencia en la pareja o la violencia basada en el género; ni postular que entre ambos dominios hay un mero paralelismo que las iguale o una solución de continuidad que las vincule inexorablemente (Shorey et al., 2008). Este tipo de violencia puede ser precedente de la que se ejerce en la violencia conyugal pero no se ha comprobado una determinación causal directa entre ambos tipos aun cuando este vínculo parece ser altamente previsible. Sería útil apuntar entonces que el noviazgo se convierte en una oportunidad de intervención para prevenir otras formas y la continuidad de la espiral de violencia.

La prevención de cualquier comportamiento problemático comienza por la conceptualización y delimitación del mismo, así como por la comprensión de su origen. En el desarrollo teórico y empírico del constructo VN, existen dificultades para su comprensión, unas de naturaleza conceptual y otras de tipo metodológico dadas las disímiles definiciones, muestras, técnicas y procedimientos empleados; y datos analizados en los distintos estudios.

En cuanto a las definiciones utilizadas advierten Ramos et al. (2020) que:

Existe falta de consenso para ofrecer una definición operativa de violencia en el noviazgo y en ocasiones los investigadores no definen de manera precisa una definición de violencia en sus estudios. A esto se le añade las múltiples definiciones aportadas al concepto de relaciones de noviazgo que plantean un problema a la hora de establecer un criterio de comparación entre los distintos estudios ya que obstaculizan la generalización de los resultados y mediatizan sus conclusiones. (p. 429)

La investigación que se presenta tuvo como objetivo ofrecer una definición operativa del constructo violencia en el noviazgo. Para este fin, la autora se auxilió del análisis de algunas distinciones conceptuales de este constructo, recogidas en la literatura consultada

Materiales y métodos

El presente trabajo es el resultado de un proceso de investigación teórica descriptiva de tipo documental. Se llevó a cabo a partir de una revisión de la literatura digital relativa al tema de la VN. El procedimiento de búsqueda se auxilió de la metodología de revisión bibliográfica de Montesano et al. (2015), con la determinación de los criterios de consulta, el periodo de análisis y las fuentes examinadas.

Se realizó la búsqueda de artículos científicos coherentes con descriptores en ciencias de la salud (DeCS) y palabras clave. Las unidades de análisis correspondieron a

documentos a los que se empleó como ecuación de búsqueda en el campo palabras clave (KW): “violencia en el noviazgo” OR “violencia en la pareja” OR “violencia en el pololeo” OR “maltrato en el noviazgo” OR “violencia física, psicológica y sexual en el noviazgo” OR “victimización en el noviazgo” OR “conceptualización de violencia en el noviazgo” OR “definición violencia noviazgo”. Las bases de datos utilizadas fueron Redalyc, Scielo, PubMed, y Dialnet, y el buscador Google Académico. Además, se amplió dicha literatura científica con tesis y trabajos de investigación. La búsqueda se realizó en idioma español e inglés.

El estudio requirió del rastreo, organización, sistematización y análisis de un conjunto de literaturas para llegar a establecer las regularidades de la información sobre el tema en cuestión. Dada la importancia de abordar el tema de la violencia en el noviazgo a partir de la definición del constructo, se redujo la categorización de los resultados a tener en cuenta como elemento de análisis, las definiciones y conceptualizaciones de la VN. Teniendo en cuenta estos elementos se agrupó la literatura en los núcleos temáticos: Diferentes aproximaciones a la conceptualización del constructo VN, elementos distintivos para configurar una noción de VN, y definición operativa de VN.

Se realizó el análisis de los núcleos temáticos a partir de la descripción de aspectos coincidentes y divergentes. Se tuvieron en cuenta las tendencias, valoraciones, discusiones presentes en los artículos revisados para posteriormente efectuar una síntesis de resultados de los núcleos temáticos. Luego de establecer las regularidades encontradas en la revisión acerca de la conceptualización de la VN, como producto final del análisis de los resultados, se estableció una definición del constructo violencia en el noviazgo. Se utilizaron principalmente métodos del nivel teórico de la construcción del conocimiento científico como el hermenéutico, histórico lógico y el analítico-sintético

Resultados-discusión

Diferentes aproximaciones a la conceptualización del constructo VN.

Para hacer referencia a la violencia que ocurre en parejas jóvenes, se han utilizado diversas formas para nombrarla, siendo la violencia en el noviazgo o dating violence (como se conoce en la literatura anglosajona), la más utilizada a nivel internacional. Fueron Kanin (1957) y Makepeace (1981) quienes realizaron los estudios pioneros acerca de los comportamientos violentos en parejas de jóvenes.

La VN se incluye dentro de los tipos de violencia interpersonal, en este caso la violencia en la relación de pareja. Dentro de esta clasificación, la Organización Mundial de la Salud (OMS) define la violencia de pareja como aquella conducta de la pareja o expareja que destruye o hace daño a nivel físico, psicológico y/o sexual a un individuo que comparta una relación sentimental. Se incluyen las agresiones físicas, la coacción sexual, el maltrato psicológico y las acciones de control que al vivirlas dentro de una relación de pareja pueden propiciar repercusiones y consecuencias negativas en la salud del sujeto. Por consiguiente, se afecta no solo el bienestar psicológico y sexual

de la persona, sino también su vinculación al contexto social y económico (OMS, 2021).

El Stanford Children's Health (s.f.), incluye dentro de la violencia familiar a la violencia de pareja. El término violencia familiar es utilizado para describir la violencia y el abuso de familiares o una pareja íntima. Como violencia de pareja se tiene en cuenta a todos los que fueron pareja en el pasado (ex esposo (a), ex compañero (a) sentimental, exnovio (a), ex amantes) o alguien con quien se tiene una cita. Por consiguiente, en esta clasificación la violencia en el noviazgo es un tipo de violencia de pareja que describe la violencia familiar.

Por otro lado, el término violencia de pareja utilizado por Labrador et al. (2012), engloba diversidad de relaciones donde se incluyen los novios y especifica que puede presentarse independiente de la orientación sexual. Se refiere a cualquier tipo de violencia (física, psicológica o sexual) cometido por uno de los miembros de la pareja, que comparte o ha compartido una relación afectiva, contra el otro, independientemente del nivel de compromiso público contraído (novios, cónyuges, pareja de hecho, exparejas), o de la orientación sexual de sus miembros (heterosexual u homosexual).

En estas definiciones se parte de ver la VN como un tipo de violencia de pareja. Se entrelazan las violencias que ocurren en las relaciones maritales y en las relaciones de noviazgo. Resulta importante tener en cuenta lo referido por Rodríguez et al. (2001), al apuntar la necesidad de distinguir entre las formas de violencia de pareja marital y en el noviazgo, teniendo en cuenta dos diferencias claves entre ambas: Por un lado, que los agresores y víctimas en el noviazgo se encuentran transitando la etapa de la adolescencia y adultez temprana, por tanto poseen menor edad que la de parejas casadas, y por otra parte, en las parejas de novios no existe de por medio una responsabilidad paternal, contractual o dependencia económica, aspectos que a diferencia de la violencia conyugal, pudiesen diferenciar los motivos por las cuales se presentan y continúan las agresiones en el vínculo; criterios con los que a vez coincide Rey-Anacona (2008). Se resalta de esta definición aspectos como la etapa en la que habitualmente ocurre el noviazgo y el tipo de relación afectiva y sexual que se contrae (Bernal et al., 2016).

Una de las primeras aproximaciones conceptuales al fenómeno de la violencia en el noviazgo fue la realizada por Sugarman y Hotaling (1989), quienes la definieron como "el uso o amenaza de fuerza física o contención física llevada a cabo con la intención de causar dolor o daño al otro" (p. 4). Esta declaración si bien se limita solo a comportamientos de violencia física, los autores la referían a una gran variedad de relaciones de noviazgos probables, desde relaciones iniciales hasta relaciones donde los miembros sin estar casados cohabitan. En este caso el factor convivencia no discriminaba, aspecto este que pudiera producir sesgos en el conocimiento del fenómeno, dado que este elemento particulariza de manera diferente lo que ocurre en la dinámica de una relación y la acerca más a las características de parejas casadas que a relaciones menos formales.

Otros autores (Wolfe et al., 1996; Teten et al., 2009; Povedano y Monreal, 2012; Rubio-Garay et al., 2015; Cacique, 2018; Muñoz-Rivas et al., 2020) amplían el concepto e incluyen ataques no solo de naturaleza física, sino también psicológica y sexual. Destacan la intencionalidad de estos comportamientos para controlar o dominar a una persona y que van dirigidos a lastimar o generar daño a algún miembro de la pareja. Se contextualiza que ocurren en una relación en la que existe atracción y en la que los dos miembros salen juntos.

En este sentido, Povedano y Monreal (2012) señalan que para dominar y someter ejerciendo el poder a partir del daño físico, emocional o sexual que infringe un miembro de la relación a otro, se pueden utilizar distintas estrategias que van desde el ataque a su autoestima, los insultos, el chantaje, la manipulación sutil o los golpes. Rubio-Garay et al. (2015) alegan que se controla o domina mediante amenazas o tácticas coactivas/coercitivas. Se indica, además, que aunque no siempre estos malos tratos son de menor gravedad que los que ocurren en la violencia marital (González-Ortega et al., 2008; Rubio-Garay et al., 2015).

En el intento de operativizar la definición de VN Samaniego y Freixas (2010) tienen en cuenta como los autores referidos anteriormente, la intencionalidad de la agresión, la producción de daño físico, psicológico y sexual de un miembro contra otro, pero particularizan que ocurre en una relación heterosexual en las relaciones de noviazgo adolescente y joven.

Es necesario prestar atención a las definiciones que postulan no solo la acción productora de daño o malestar a la integridad física, moral, psicológica o emocional de la pareja sino también a aquel comportamiento por omisión que puede generar iguales consecuencias (Pueyo, 2009). Del mismo modo, a todo el conjunto de comportamientos agresivos (Close, 2005, citado por Muñoz et al., 2013), actos, actitudes o expresión (Castro y Casique, 2010), sentimientos, prácticas, vivencias y estilos de relación desplegados en el contexto de esta relación de pareja (Pueyo, 2009); que genere o tenga el potencial de generar daño (Casique, 2018) y se fundamenten en patrones socioculturales construidos previamente o que se están construyendo (Romero, 2014).

Resulta de utilidad para una contextualización de la definición de VN el reconocimiento de que ella lleva implícito la violación de los derechos humanos. Al respecto López-Cepero (2011) plantea:

La violencia en el noviazgo consiste en los actos mediante los cuales un miembro de la pareja atenta contra las libertades del otro, poniéndolo en situación de riesgo de sufrir alguna forma de daño. Estos actos pueden presentarse de modo discontinuo o continuo, por acción u omisión y con o sin intención explícita de dañar. (p. 56)

Señalar como hicieron Lavoie et al. (2000), que "cualquier comportamiento que resulte perjudicial para el desarrollo o salud de la pareja, comprometiendo su integridad física, psicológica o sexual puede ser considerado como VN" (p.8); esta postura coloca al investigador en condiciones de comprender este fenómeno como un problema de salud.

A pesar de que en varias de las conceptualizaciones se identifica como una de las características de la VN la existencia de una intención de daño al otro en la relación. Se coincide con Ocampo et al. (2018) cuando asevera en su conceptualización, que los actos pueden presentarse con o sin intención de dañar de modo discontinuo o continuo, por acción u omisión. En este sentido apuntar que si bien, no siempre hay en el perpetrador, intencionalidad explícita en la conducta de dañar; sí la hay de someter, controlar y cambiar al otro miembro de la relación.

Se retoma en este análisis las nociones de VN ofrecidas por Lavoie et al. (2000), y Castro y Casique (2010) y donde demarcan que este vínculo de pareja como relación de noviazgo, debe contar con las condiciones, de no haber existido nunca una situación de convivencia, ni vínculo marital con la pareja y al menos una duración superior a un mes en la relación. Lavoie et al. (2000) afirma que esta definición es válida tanto para citas aisladas como para relaciones más estables, de duración variable, pero que no cohabiten. Se agrega lo referido por los Centros para el Control y Prevención de Enfermedades (Centers for Disease Control and Prevention, [CDC], 2012) cuando apuntan que estos comportamientos pueden darse por parte de una pareja actual o pasada, en persona o a través de diferentes medios electrónicos. Esta acotación resulta necesaria ya que muchos de los instrumentos de medida de la VN que se han diseñado contemplan esta condición que permite discriminar a los participantes y centrar los ámbitos en los que se ejerce y recibe la violencia.

En revisión de la literatura sobre la violencia en el noviazgo realizada por Calderón (2019) destaca la presencia de definiciones bastante similares ofrecidas por Wolf et al. (1998), Castro y Casique (2010), González et al. (2011), Morales y Rodríguez (2012) y Rubio-Garay et al. (2015). En síntesis, este autor categoriza cuatro elementos coincidentes en las definiciones planteadas por los autores mencionados:

- a) La temporalidad y contexto de una relación de pareja sin hijos ni convivencia.
- b) Su carácter intencional, con la meta de asegurar el control y la dominación en la relación.
- c) Su carácter dañino, con la finalidad de causar un perjuicio a la pareja, ya sea por acción u omisión.
- d) Su variedad expresiva, pudiendo manifestarse de diferentes maneras, mayormente tipificadas por distintos autores como física, emocional y sexualmente. (p.6)

Es la conceptualización de los CDC (2012) resulta importante precisar que, en esta forma particular de violencia, se incluyen los actos de persecución o acoso de pareja actual o pasada, en persona o a través de diferentes medios electrónicos. Se considera que de esta manera se explicita un diapasón más amplio de las diversas formas y medios en que esta puede expresarse, al tener en cuenta, el acoso, la pareja actual o pasada, e incorporar las nuevas tecnologías de la información. Se aporta de esta manera claridad a qué se entiende por VN.

En este sentido se particulariza en otra forma de violencia en el noviazgo, referente a todas aquellas conductas realizadas a través de medios electrónicos con el propósito de controlar a la pareja (Rey-Anacona y Martínez, 2018). Los

téléfonos celulares, computadoras con acceso a internet, tabletas se utilizan como medios para el control, dominio y sometimiento de la novia o el novio. Se pueden caracterizar por el envío de mensajes insultantes o amenazantes a la pareja y a esto se ha nombrado abuso online en el noviazgo o Maltrato en el Noviazgo en Línea (Borrajo et al. 2015).

Este tipo de violencia en el noviazgo se puede subdividir en dos: a) las agresiones directas como los insultos o la difusión de información negativa sobre la pareja, y b) las conductas de monitoreo y control sobre esta, como revisar su perfil de Facebook para chequear con quién se comunica, o rastrear su ubicación con alguna aplicación de teléfonos celulares. (Rey-Anacona y Martínez, 2018).

Investigadores como Burin y Meler (2000) y Moral et al. (2011), aluden que esta violencia es resultado de la falta de habilidades para el manejo de conflictos. Por su parte González et al. (2003), González-Ortega et al. (2008), y Soldevila et al. (2012) manifiestan que una particularidad de este tipo de conductas radica en no ser reconocidas por los adolescentes y jóvenes como maltrato.

Se apunta a que en estas etapas del desarrollo, adolescentes y jóvenes perciben como normales determinadas acciones u omisiones llevadas a cabo en su vínculo amoroso hacia su pareja, que se enmascaran como maneras de amar o muestras de interés por la relación. Los celos, la restricción de espacios personales, las llamadas pruebas de amor que coartan la libertad y la autonomía, las manipulaciones o chantajes emocionales con amenazas de ruptura; son algunos de los comportamientos percibidos como propios del enamoramiento o de la dinámica de la relación de pareja. Naturalizan e invisibilizan estas actuaciones que llevan el sello del maltrato en su relación de noviazgo.

Un rasgo referido por Sears et al. (2007) es que estas pueden aumentar en frecuencia paulatinamente con el tiempo. Una vez instaurados en la dinámica de la relación, este tipo de conductas se pueden convertir en un hábito malsano cada vez más común (Vizcarra y Póo, 2011; Rey-Anacona y Martínez, 2018).

Aunque el problema es muy complejo, Rubio-Garay et al. (2015) apuntan, en relación a la violencia en las relaciones de noviazgo, que se pueden identificar tres elementos esenciales: en primer lugar, la amenaza o la provocación (intencionada) de un daño real, ya sea físico, psicológico o sexual; en segundo lugar, el control o el dominio de un miembro de la pareja (mediante amenazas o tácticas coactivas/coercitivas) y, por último, que las amenazas, las coacciones, el control, la dominación o el daño se produzcan en el seno de una relación de noviazgo. Al respecto la autora de este artículo que se presenta, considera que puede ocurrir de un miembro a otro o alternando entre ambos como ocurre en el caso específico de la llamada violencia mutua, bidireccional o cruzada.

Se comprende a la violencia en el noviazgo en la adolescencia y juventud, no sólo como una conducta, un comportamiento o una actitud, sino que en ella se articula una manera de relacionarse y convivir con los/as otros/as y consigo mismo, así como un modo de posicionarse frente así y frente a los/as otros/as. Esta manera de relacionarse

se encontraría en estrecha relación con el contexto social en el cual se desarrolla y con la construcción de su identidad. Se requiere para su comprensión una perspectiva integradora, compleja, que integre lo individual, la subjetividad de los individuos, lo relacional, vincular y su contexto socio-histórico, económico y político. Conectada con las prácticas y relaciones cotidianas que reproducen y participan en diversas interacciones.

Se parte del supuesto de que la violencia en el noviazgo se constituye un problema complejo donde se conjugan aspectos sociales e individuales que van configurando la subjetividad de hombres y mujeres y a su vez la construcción social de la realidad que emerge. Por tanto, un principio vertebrador y punto de partida para el análisis y la intervención de este problema, es considerar que estas prácticas de violencia en diversos ámbitos y de manera particular en la violencia en el noviazgo implican el desarrollo de un proceso y una práctica de violencia en los implicados, que se encuentra en constante co-construcción.

Tener en cuenta estos aspectos enrumba hacia la movilización de procesos de cambios desde una epistemología que tenga en cuenta las diferencias socio-subjetivas de cada individuo con su historia de vida personal, con su condición de ser un sujeto con una personalidad única e irrepetible y sus prácticas de violencia anidadas en un sistema y orden social patriarcal o predominantemente patriarcal; en intervenciones con su contexto socio-histórico, económico y político.

Acotar que es punto de partida para el análisis el enfoque histórico cultural de Vygotsky donde se considera al ser humano como un sujeto activo, proactivo, co-creador de la realidad personal y social (Ortiz, 2021), y a su vez se postula que cada persona es una construcción única, dinámica, compleja, multifacética e inherentemente relacional en un contexto histórico y social concreto.

Particulariza a la violencia en el noviazgo su carácter procesual ya que no tiene una aparición súbita o repentina, sino que se va gestando en la práctica de vida, que se traduce en una forma de tratarse a sí mismo y a los otros. Resulta a su vez un fenómeno diádico que ocurre en una relación interpersonal (como espacio intersubjetivo) entre los dos miembros de una pareja. Este posicionamiento amplía su comprensión y sirve de enlace para generar propuestas de intervención desde una perspectiva de género no convencional dirigidas a movilizar y transformar la realidad de sobrevivientes de esta violencia que pervive, aportando a la vez, datos para una mejor comprensión de su naturaleza y consecuencias en los ámbitos personales, familiares y sociales.

Como bien señalan Rubio-Garay et al. (2015), este fenómeno complejo, está modulado por numerosos factores (inter)personales (de tipo biológico, conductual, psicológico y relacional) y factores situacionales (relacionados con el entorno físico, histórico, familiar, económico, social y comunitario); por tanto, no puede ser estudiada y comprendida desde una única mirada.

Son múltiples los estudios que aluden que en este tipo de violencia se presenta con frecuencia un patrón bidireccional de violencia o violencia cruzada o mutua. Al respecto

Corsi et al. (1995) señala que implicaría que ambos miembros de la pareja como modalidad de relación utilizarían conductas agresivas. En la pareja los roles de víctima y victimario se presentarían al mismo tiempo. No obstante, no se puede perder de vista lo que estos autores señalan con respecto a la violencia, al apuntar que para que se clasifique como bidireccional o cruzada es necesario que exista simetría y paridad en los ataques y fuerzas físicas y psicológicas de ambos miembros.

Algunas concepciones de violencia en el noviazgo se limitan fundamentalmente a aquellas donde el daño se produce por el uso evidente de la fuerza, en otras se tienen en cuenta formas más sutiles de violencia. Pero como toda forma de violencia, también distingue a la violencia en el noviazgo, las actuaciones con deseos de poder que se realizan por omisión o por acción con el propósito de dominar, someter, controlar, ejerciendo la voluntad de una parte sobre la otra y por consiguiente provocando daños y transgresiones. Una característica básica implícita en las conceptualizaciones es la gravedad del riesgo que ella hace correr a la víctima; es la vida, la salud, la integridad corporal o la libertad individual la que está en juego. Se evidencia su carácter relacional, alguien quien ejerce la fuerza con intención de someter a otro u otros y alguien que la recibe y se victimiza. En este tipo de vínculo, la subjetividad del otro pierde su propia cualidad de sujeto, se convierte en objeto; se cosifica.

Elementos distintivos para configurar una noción de VN

Si bien el estudio realizado, no resulta una revisión acabada, en ella se remite a aspectos teóricos que han sido destacados y que en conjunto permiten distinguir los siguientes elementos claves para configurar una noción de violencia en el noviazgo y contribuir a su definición:

- actos, acciones, conductas, actitud o expresión realizadas por un miembro de la pareja o ambos, donde se transgredan o violen alguno de los derechos fundamentales de los seres humanos, con independencia de que puedan discrepar de las diversas legislaciones o sujetos implicados.
- acciones que atentan contra la dignidad, la igualdad y la libertad de la persona tendrán la consideración de violentas.
- no necesariamente tiene que estar presente la intención de provocar daño para considerar la acción como violenta, los actos pueden presentarse con o sin intención explícita de dañar; no obstante, tiene que estar presente el establecimiento de relaciones de dominación y subordinación; se busca poseer o demostrar control sobre el otro (Corsi et al., 1995).
- No es necesario que exista un daño mensurable sobre el sujeto, pero si las acciones limitan o impiden el disfrute de los derechos de la persona, aunque no se vivencien por esta con sufrimiento; se considerará violencia.
- Puede ser unidireccional (un miembro de la pareja ejerce y el otro sufre las conductas abusivas) o bidireccional.
- Ambos miembros de la pareja ejercen y sufren conductas abusivas.

- Se considerará violencia tanto los actos aislados como los que se presentan dentro de un proceso de dinámica continuada (existencia de diversos patrones temporales, de modo discontinuo o continuo).
- Puede ser ejercida tanto por acción como por omisión. La inacción puede ser una herramienta coercitiva tan potente como la acción (López-Cepero, 2011).
- No necesariamente se tratará de algo consumado y confirmado; la violencia puede manifestarse también como una amenaza sostenida y duradera.
- Se puede presentar dependencia emocional en sus miembros y dificultades en la capacidad para cuidar del otro.
- Se asumirá que en los comportamientos violentos inciden tanto factores heredados como aprendidos, no obstante, este remite a una conducta aprendida, y, por tanto; evitable. Se hará énfasis en los aspectos que pueden ser modificados a nivel individual, vincular, grupal o colectivo.
- El comportamiento y la personalidad del individuo será de gran importancia para su diagnóstico e intervención.
- Se presenta en adolescentes y jóvenes de cualquier orientación sexual y género.
- No existe convivencia estable, vínculo marital, hijos, dependencia económica entre los miembros de la pareja.
- Puede presentarse con diversas formas de ser pareja y diferentes grados de compromiso en la relación. Es aplicable tanto a citas aisladas como a relaciones más estables de duración variable, pero al menos con un mes de duración de la relación.
- Puede ejercerse; por la pareja actual o expareja, en persona o a través de diferentes medios electrónicos.
- Se manifiestan tres tipos de comportamientos violentos o agresiones: violencia física, violencia psicológica, violencia sexual; con una severidad variable.
- Tiene consecuencias negativas para los implicados en la relación de pareja.
- Los miembros de la pareja pueden desempeñar diversos roles: perpetradores o victimarios, víctimas o sobrevivientes y doble rol como víctima y victimario.
- Ambos miembros de la pareja participan en el círculo de violencia.

Definición operativa de VN

En resumen, la definición operativa de trabajo que se ofrece de VN puede enunciarse de la siguiente manera:

Entendida como un tipo particular de relación interpersonal de pareja, de naturaleza social y a la vez expresión individual, que expresa la interrelación de la subjetividad individual, del espacio intersubjetivo y de la realidad exterior de los sujetos implicados en el vínculo amoroso; que mediante comportamientos con variadas manifestaciones conductuales de naturaleza física, psicológica y sexual de severidad variable; un miembro de la pareja o ambos miembros atentan contra las libertades, la igualdad de oportunidades y disfrute de los derechos del otro por acción u omisión; con o sin intención explícita de dañar; se ejerce control o poder de modo explícito o sutil, se pretende dominar y

cambiar al(a la otra) otro(a) desde sus exigencias, necesidades y expectativas haciendo probable la aparición de daños personales; obstaculizando el desarrollo personal y empobreciendo el desarrollo personalógico de ambos, de lo cual no siempre es consciente el sujeto. Se impide la satisfacción de las necesidades mutuas, y se dificulta el afrontamiento y solución productiva de los conflictos dentro de un proceso de dinámica continuada o actos aislados; en las etapas de la adolescencia y la juventud, por la pareja actual o expareja, en persona o a través de diferentes medios electrónicos, de cualquier orientación sexual y género; donde no existe convivencia estable, vínculo marital, hijos, dependencia económica entre los miembros de la pareja y con al menos con un mes de duración de la relación.

Esta definición operativa de violencia en el noviazgo busca capturar la complejidad inherente a esta problemática al reconocer su naturaleza dual, tanto social como individual. La descripción pormenorizada de las diversas manifestaciones conductuales, que abarcan desde lo físico, sexual hasta lo psicológico, subraya la manera en que dichos comportamientos atentan contra las libertades y derechos del otro individuo.

La noción de control y poder, ya sea de forma explícita o sutil, destaca la intencionalidad de dominar y alterar a la pareja, con la consiguiente probabilidad de ocasionar daño personal y obstaculizar su desarrollo individual y/o social. La comprensión de estas dinámicas, independientemente de la reflexión consciente por parte de la persona involucrada, subraya la importancia de abordar la violencia en el noviazgo no solo como un fenómeno que afecta la relación presente, sino como una influencia que perdura en el desarrollo personalógico de ambos involucrados.

Este enfoque exhaustivo puede proporcionar un marco sólido para el análisis y la intervención, resaltando la necesidad de estrategias preventivas y de apoyo que consideren la diversidad de contextos y características presentes en las relaciones afectadas.

Conclusiones

En la actualidad no existe consenso en relación a las concepciones o definiciones teóricas acerca de la violencia en el noviazgo. Desde el punto de vista operativo los investigadores no la definen de manera precisa en sus estudios. La generalidad de las definiciones se limita a un uso de nociones de carácter descriptivo elemental del fenómeno, sin explicaciones. Dada la complejidad del fenómeno en cuestión, resulta difícil que se asuma por la comunidad científica, un concepto único, hospitalario que incluya a cada una de sus formas de expresión. Ante la realidad presentada en párrafos anteriores, se ofrece en este artículo una definición de trabajo de violencia en el noviazgo que integra elementos claves para su comprensión y que pudiese devenir marco conceptual en estudios que se realicen al tener en cuenta su carácter multidimensional y naturaleza compleja.

La concepción propuesta de violencia en el noviazgo abarca la complejidad de esta problemática al reconocer su naturaleza, tanto social como individual, la variedad de manifestaciones conductuales que la particularizan y las consecuencias nefastas tanto para las personas implicadas en la relación como para la sociedad. Seguir contribuyendo al

avance en la comprensión y abordaje de esta problemática, es fundamental para impulsar la generación de soluciones innovadoras y orientadas a la implementación de medidas eficaces que prevengan y mitiguen sus impactos, promoviendo así, entornos de relaciones saludables y libres de violencia en el ámbito del noviazgo

Referencias bibliográficas

- Bernal Pinilla, D. Y., Hernández Cuchumbe B.P., y Akl Moanack P.M. (2016) Estudio y conceptos sobre la violencia durante el noviazgo. *Revista. Misión Jurídica*, 9(11), 273-287. <https://doi.org/10.25058/1794600X.140>
- Borrajo, E., Gámez-Guadix, y Calvete, E. (2015). Justification Beliefs of Violence, Myths About Love and Cyber Dating Abuse. *Psicothema*, 27(4), 327-333. <https://doi.org/10.7334/psicothema2015.59>
- Burin, M., y Meler, I. (2000). *Varones. Género y subjetividad masculina*. Paidós.
- Calderón Guerrero, R. A. (2019). *Violencia en el noviazgo, una revisión teórica*, [tesis de grado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6099>
- Castro, R., y Casique, I. (2010). *Violencia en el noviazgo entre los jóvenes mexicanos*. UNAM, CRIM
- Casique, I. (2018). *Apuesta por el empoderamiento adolescente: conexiones con la salud sexual y reproductiva y la violencia en el noviazgo*. UNAM, CRIM
- Centers for Disease Control and Prevention (CDC, 1 febrero de 2014). *Understanding teen dating violence*. <http://www.cdc.gov/violenceprevention/pdf/teen-dating-violence-factsheet-a.pdf>
- Corsi, J., Dohmen, M., Sotés, M., y Bonino, L. (1995). *Violencia masculina en la pareja*. Paidós.
- Stanford Children's Health (s.f.) *Violencia familiar*. <https://www.stanfordchildrens.org/es/topic/default?idddomes-tic-violence-85-P04668>
- González, M. P., Muñoz-Rivas, M. J., y Graña, J. L. (2003). Violencia en las relaciones de pareja en adolescentes y jóvenes: una revisión. *Psicopatología Clínica, Legal y Forense*, 3(3), 23-39.
- González, M. P., Yedra, L. R., Oliva, L., Rivera, E. A., y León, D. (2011). *Violencia en el noviazgo en universitarios. Comparación entre Universidad Veracruzana, México y Universidad de Autónoma de Lisboa, Portugal*. (Reporte Técnico). Universidad Veracruzana
- González-Ortega, I., Echeburúa, E., y Corral, P. (2008). Variables significativas en las relaciones violentas en parejas jóvenes: Una revisión. *Psicología Conductual*, 16(2), 207-225. <http://www.behavioralpsycho.com/producto/varaibles-significativas-en-las-relacionesviolentas-en-parejas-jovenes-una-revisión/>
- Kanin, E. J. (1957). Male aggression in dating-courtship relations. *American Journal of Sociology*, 63(2), 197-204.
- Labrador F. J., Paz-Rincón P., Alonso E., y Fernández-Velazco R. (2012) Violencia en la pareja. En, L.M. Llavona y F.X. Méndez Carrillo (Eds.) *Manual del psicólogo de familia. Un nuevo perfil profesional* (pp.231-258). Pirámide
- Lavoie, F., Robitaille, L., y Hebert, M. (2000). Teen dating relationships and aggression: An exploratory study. *Violence Against Women*, 6, 6-36.
- López-Cepero, J. (2011). *Victimización en el noviazgo de personas adolescentes y jóvenes hispanohablantes: evaluación, prevalencia y papel de las actitudes*, [tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. <http://hdl.handle.net/11441/26891>
- Makepeace, J. M. (1981). Courtship violence among college students. *Family Relations*, 30(1), 97-102.
- Montesano, A., López-González, M. A., Saúl, L. A., y Feixas, G. (2015). A review of cognitive conflicts research: A meta-analytic study of prevalence and relation to symptoms. *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 11, 2997-3006. <https://doi.org/10.2147/NDT.S91861>
- Moral, J., López, F., Díaz-Loving, R., y Cienfuegos, Y. (2011). Diferencias de género en afrontamiento y violencia en la pareja. *CES Psicología*, 4(2), 29-46.
- Morales, N., y Rodríguez, V. (2012). Experiencias de violencia en el noviazgo de mujeres en Puerto Rico. *Revista Puertorriqueña de Psicología*, 23, 57-90.
- Muñoz Maya, B., Ortega Rivera, F. J., y Sánchez Jiménez, V. (2013) El DAVIPOP: un programa de prevención de violencia en el cortejo y las parejas adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 31(2), 215-224. <http://hdl.handle.net/11441/13994>
- Muñoz-Rivas M., González Lozano P., Fernández González L., y Fernández Ramos, S. (2020) *Violencia en el noviazgo. Realidad y prevención*. Pirámide.
- Ocampo, N., Estrada, E., y Ch, E. (2018). Violencia psicológica en noviazgos adolescentes y jóvenes mexicanos. *Revista de Educación y Desarrollo*, 7(2). http://www.cucs.udg.mx/revistas/edu_desarrollo/anteriores/47/47_Ocampo.pdf
- Organización Mundial de la Salud. (2021, 8 de marzo). *Violencia contra la mujer*. <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- Ortiz Torres, E. (2021) El enfoque histórico cultural en las investigaciones educacionales cubanas. De la tradición al tradicionalismo. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(1) 89-95. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/download/1901>

- Povedano Díaz, A., y Monreal Gimeno, M. C. (2012). *La violencia de género en las relaciones de noviazgo: una perspectiva ecológica* [ponencia]. Congreso para el estudio de la prevención en la violencia contra las mujeres (págs. 12-18). Granada - España: Junta de Andalucía. <http://www.congresoestudioviolencia.com/2021/articulo31.php>
- Pueyo, A. (2009). La predicción de la violencia contra la pareja. En E. Echeburúa, J. Fernández-Montalvo, y P. Corral, *Predicción del riesgo de homicidio y de violencia grave en la relación de pareja. Instrumentos de evaluación del riesgo y adopción de medidas de protección* (pp. 1-163). Diseñarte-Goaprint, s.l.
- Ramos Rangel, Y., López Angulo, L. M., y Suz Pompa, M. (2020). Apuntes para el análisis de la violencia en el noviazgo de adolescentes y jóvenes. *Revista Finlay*, 10(4), 428-431. <http://revfinlay.sld.cu/index.php/finlay/article/view/915>.
- Rey-Anaconda, C. A., (2008). Prevalencia, factores de riesgo y problemáticas asociadas con la violencia en el noviazgo: una revisión de la literatura. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 26(2), 227-241. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79926209>
- Rey-Anaconda, C.A., y Martínez Gómez J.A. (2018). *Violencia en el noviazgo. Evaluación, prevención e intervención de los malos tratos en parejas jóvenes. El Manual Moderno*.
- Rodríguez F., L., Antuña B., M. de los A., y Rodríguez, J. (2001). Psicología y violencia doméstica: un nuevo reto hacia un viejo problema. *Acta Colombiana de Psicología*, (6), 67-76. <https://actacolombianapsicologia.ucatolica.edu.co/article/view/581>
- Romero, M. (2014, 28 de noviembre). *En el noviazgo también hay violencia*. Noticias Semlac. Servicio de noticias de la mujer de Latinoamérica y el Caribe. Biblioteca virtual de género. <http://www.redsem-lac-cuba.net/redsem-lac/violencia/ck83-noticias/magela-romero-en-el-noviazgo-también-hay-violencia/>
- Rubio-Garay, F., Carrasco, M. A., Amor, P. J. y López-González, M. A. (2015). Factores asociados a la violencia en el noviazgo entre adolescentes: una revisión crítica. *Anuario de Psicología Jurídica*, 25(1), 47-56. <http://dx.doi.org/10.1016/j.apj.2015.01.001>
- Samaniego, E., y Freixas, A. (2010). Estudio sobre la identificación y vivencia de violencia en parejas adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 28(3), 349-366. <http://hdl.handle.net/11441/85028>
- Sears, H. A., Byers, E. S., y Price, E. L. (2007). The co-occurrence of adolescent boys and girls use of psychologically, physically, and sexually abusive behaviours in their dating relationships. *Journal of Adolescence*, 30(3), 487-504.
- Shorey, R. C., Cornelius, T. L., y Bell, K. M. (2008). A critical review of theoretical frameworks for dating violence: Comparing the dating and marital fields. *Aggression and Violent Behavior*, 13(3), 185-194. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2008.03.003>
- Soldevila, A., Domínguez, A., Giordano, R., Fuentes, S., y Consolini, L. (2012). *¿Celos, amor, culpa o patología? Cómo perciben la violencia de género en sus relaciones de pareja los/as estudiantes de Trabajo Social* [ponencia]. Actas del 2º Congreso Interdisciplinario sobre Género y Sociedad: Lo personal es político. Córdoba, Argentina https://www.semanticscholar.org/paper/%C2%BFCELOS%2C-AMOR%2CCULPA-O-PATOLOG%C3%8DA-C%C3%93MO-PERCIBEN-LA-DE-Soldevila-Dom%C3%ADnguez/d2295096a44914239b4b6809bd7b7384c09a48a2?sort=relevance&pdf=true_d=y
- Sugarman, D. B., y Hotaling, G. T. (1989). Dating violence: Prevalence, context, and risk markers. En M. A. Pirog-Good y J. E. Stets (Eds.), *Violence in dating relationships: Emerging social issues*. (pp. 3-32). Praeger Publishers.
- Teten, A. L., Ball, B., Valle, L. A., Noonan, R., y Rosenbluth, B. (2009). Considerations for the definition, measurement, consequences, and prevention of dating violence victimization among adolescent girls. *Journal of Women's Health*, 18(7), 923-927.
- Vizcarra, M. B., & Póo, A. M. (2011). Violencia de pareja en estudiantes universitarios del sur de Chile. *Universitas Psychologica*, 10(1), 89-98.
- Wolfe, C., Wekerle, D., y Reitzel-Jaffe, L. (1998). Factors associated with abusive relationships among maltreated and non-maltreated youth. *Development and Psychopathology*, 10, 61-86. <http://dx.doi.org/10.1017/S0954579498001345>
- Wolfe, D. A., Werkele, C., Gough, R., Reitzel-Affe, D., Grasley, C., Pittman, A.Y., y Stumpf, J. (1996). *Youth Relationships manual: A group approach with adolescents for the prevention of woman abuse and the promotion of healthy relationships*. Sage Thousand Oaks, C.A.

Derechos de los niños y adolescentes ante situaciones de emergencia. Reacciones y recomendaciones para disminuir sus efectos negativos.

Rights of children and teenagers in emergency situations. Reactions and recommendations to reduce their negative effects.

Mónica Del Rocío Mosquera Endara

E-mail: ur.monicamosquera@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8448-2355>

María José Calderón Velásquez

E-mail: ur.mariacalderon@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9382-7845>

Lola Ximena Cangas Oña

E-mail: ur.lolacangas@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5599-8689>

Universidad Regional Autónoma de Los Andes, Riobamba. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Mosquera Endara, M., Del R., Calderón Velásquez, M. J., & Cangas Oña, L. X. (2024). Derechos de los niños y adolescentes ante situaciones de emergencia. Reacciones y recomendaciones para disminuir sus efectos negativos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 152-159. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El presente artículo analiza los derechos de los niños y adolescentes en el contexto de emergencias y desastres. Se enfoca en la importancia de proteger y garantizar estos derechos en situaciones de crisis para asegurar su bienestar y desarrollo. El estudio destaca los derechos fundamentales como el derecho a la vida, a la educación, a la protección y a la participación, derechos que deben ser respetados incluso en situaciones de emergencias. Se enfatiza la importancia de adoptar una respuesta integral y sensible ante cualquier escenario. Se sugiere fortalecer las políticas y programas destinados a garantizar estos derechos, así como promover la conciencia y la capacitación en a todo lo niveles gubernamentales y que esto lleguen a la comunidad. Lo que permitirá construir un entorno más seguro y promoverá la recuperación de los niños y adolescentes frente a situaciones de emergencia.

Palabras clave:

Niños, Adolescentes, Derechos humanos, Políticas públicas, Protección.

ABSTRACT

This article analyzes the rights of children and teenagers in the context of emergencies and disasters. It focuses on the importance of protecting and guaranteeing these rights in crisis situations to ensure their well-being and development. The study highlights fundamental rights such as the right to life, education, protection and participation, rights that must be respected even in emergency situations. The importance of adopting a comprehensive and sensitive response to any scenario is emphasized. It is suggested to strengthen policies and programs aimed at guaranteeing these rights, as well as promoting awareness and training at all government levels so that this reaches the community. This will allow us to build a safer environment and promote the recovery of children and teenagers in emergency situations.

Keywords:

Children, Teenagers, Human rights, Public policies, Protection.

Introducción

El código de la niñez y adolescencia, entrado en vigencia el 3 de julio de 2003, se enfoca en la igualdad de derechos de los mismos, reconoce y garantiza el derecho de los niños, niñas y adolescentes de nacionalidades indígenas y afroecuatorianos a desarrollarse de acuerdo a su cultura, de conformidad al art. 7, Título II, donde, además se señala que conforme a lo dispuesto en la Constitución Política de la República, se aseguran estos, siempre que las prácticas culturales no conculquen sus derechos. (Parlamento Andino, 2021)

Los derechos de los niños y adolescentes deben ser considerados como universales, inalienables e inviolables, independientemente de las circunstancias en las que se encuentren. Los desastres naturales, los conflictos armados, los desplazamientos forzados y otras situaciones de emergencia pueden tener un impacto devastador en la vida de los niños y adolescentes. Por lo tanto, es fundamental que sus derechos se mantengan como una prioridad en la respuesta y la recuperación de estas situaciones. (Campos, 2017), (Arzate & de Paz González, 2015).

Este proceso de investigación tiene como fin hallar soluciones y proponerlas, las mismas que se presentan para las diversas necesidades que enfrenta el ser humano, en este caso, los niños, niñas y adolescentes de la República del Ecuador. Dentro de este proceso, el nivel de una investigación puede tener diversos alcances que parten desde el nivel exploratorio, descriptivo, correlacional hasta llegar a un alcance explicativo, en donde se busca una explicación del fenómeno que se está investigando. Es de interés reflexionar sobre los alcances a los que puede llegar una investigación, es por ello, que el presente estudio presenta a continuación un breve sustento que hace posible que el mencionado proyecto se desarrolle con validez comprobada. (Carazu, 2006).

Hay que recordar que los derechos son inalienables, violar un derecho significa que alguna de las condiciones o de los servicios que son necesarios para su ejercicio deja de tener vigencia, es decir, pierde validez, perjudicando al ciudadano, en este caso para un niño, niña o adolescente. Para restituir un derecho, se necesita detener el hecho que está produciendo la violación de este, atender sus consecuencias y efectos, reconstruir las condiciones y los servicios o garantizar que la persona cuyo derecho fue violentado, vuelva a tener acceso a esas condiciones y servicios, dejando implantados los mecanismos y las condiciones para prevenir que este hecho no se repita. (Comité de los derechos del niño, 2017), (Bernal, et. al., 2022)

Principios básicos de los derechos de los niños y adolescentes:

La Convención sobre los Derechos del Niño (CDN), adoptada por las Naciones Unidas en 1989, es el instrumento internacional más importante que protege los derechos de los niños y adolescentes. Algunos de los principios básicos destacados en esta Convención incluyen el interés superior del niño, el derecho a la supervivencia y el desarrollo, el derecho a la no discriminación y el derecho a ser escuchado. Estos principios deben guiar todas las acciones

y decisiones relacionadas con los niños y adolescentes, especialmente en situaciones de emergencia.

Instrumentos legales de protección:

Además de la Convención sobre los Derechos del Niño, existen otros instrumentos legales y normativos internacionales y nacionales que protegen los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia. Estos incluyen la Declaración Universal de los Derechos Humanos, el Protocolo Facultativo de la CDN sobre la Participación de Niños en Conflictos Armados y la Carta Humanitaria y los Principios Humanitarios. (Calero, 2018)

Emergencia

La etimología de emergencia proviene del latín *emergens*. Probablemente la primera palabra que se indicó para referirse a un estado de emergencia fue CQD (Come Quickly, Distress), que significa “vengan rápido, problemas”, fue la primera señal de socorro utilizada en las transmisiones telegráficas que se originó en 1.904 hasta principios del siglo XX, en la Conferencia Internacional de la Comunicación Inalámbrica en Mar en Berlín en 1.906, en el que se aprobó un nuevo código más sencillo, el SOS adoptado casi un año antes por Alemania, comenzando la lenta desaparición del CQ. (Departamento de Comunicación Global, 2020).

En los barcos británicos tardó más en desaparecer, así en el Titanic, el primer mensaje de auxilio fue “CQD CQD CQD CQD CQD CQD”, pero posteriormente también emitió la señal de SOS, dándola así a conocer, haciendo pensar a mucha gente que era la primera vez que se utilizaba, no siendo así ya que la habían usado algunos barcos europeos anteriormente. Posteriormente, en 1923, Frederick Stanley Mockford recibió el encargo de encontrar una palabra que indicara señal de socorro y fuera entendida fácilmente por todos los pilotos y personal de tierra en una emergencia.

Debido a que gran parte del tráfico estaba en ese entonces entre Croydon y el aeropuerto de Le Bourget en París, propuso la palabra mayday, proveniente del m áidez francés. Mayday, es un código de emergencia utilizado internacionalmente como llamada de auxilio, derivado del francés matidez, que se traduce como “ayúdenme”. (Departamento de Comunicación Global, 2020). La palabra mayday es utilizada como llamada de socorro en muchos ámbitos, tales como la marina mercante, las fuerzas policiales, la aviación, las brigadas y organizaciones de transporte. La llamada realizada tres veces significa peligro inminente, esto significa que dicha llamada de emergencia o de socorro es la alerta para solicitar ayuda en cualquiera de las áreas pertenecientes indistintamente a cualquiera de las entidades antes mencionadas.

Emergencia Sanitaria

La OMS define emergencia como: “aquel caso en que la falta de asistencia conduciría a la muerte en minutos”, y la Asociación Médica Americana como: “aquella situación urgente que pone peligro inmediato la vida del paciente comprometiendo la función de un órgano”. La definición más popular el sentir de un ser humano al encontrarse en una situación de emergencia, dicho de ese modo, lo que

el autor mencionado quiere decir, es que una emergencia tiene la capacidad de desatar el caos puesto que, no afecta solo al individuo involucrado por así decirlo, sino también a su entorno. (Organización de Naciones Unidas, 2020)

Dependiendo del número de afectados la emergencia puede ser:

- Individual y/o familiar: en cuyo caso afecta a una persona o a un núcleo familiar (una mujer maltratada, la pérdida de la vivienda familiar por incendio...).
- Colectiva: afecta a un grupo de personas y/o familias (por ejemplo, un accidente de autobús...).
- Gran emergencia y/o catástrofe: por ejemplo, el hundimiento del túnel en el Carmel de Barcelona, el atentado del 11-M, el accidente aéreo de Madrid-Barajas.

Historia de la emergencia

La medicina de Emergencia es una especialidad relativamente nueva. Antes de que sea considerada como tal, los Servicios de Emergencias eran servicios desorganizados, abandonados, servicios que eran atendidos por internos rotativos, médicos residentes asistenciales e incluso por estudiantes de medicina. Estos servicios eran considerados como un área de castigo para los médicos de las distintas instituciones de salud.

La medicina de Urgencias no era considerada como un área que requería de preparación distinta o especializada y seguramente esta apreciación tuvo su precio en vidas humanas. Por todos estos factores, el personal médico empieza a comprender que un médico que trabaje en los Servicios de Emergencias debe ser un médico calificado, que posea distintas y múltiples destrezas, un médico con experiencia y con conocimiento en el manejo adecuado y oportuno de las patologías que en minutos ponen en riesgo la vida de un ser humano. Es por esto que en la década de los años sesenta, un distinguido grupo de médicos en Estados Unidos, ve la necesidad de contar con especialistas que brinden una atención de calidad en los Servicios de Emergencias, y no es sino hasta el año 1968 que se crea el Colegio Americano de Médicos de Emergencias con el objetivo de crear una especialidad de Medicina de Urgencias; ésta es reconocida como especialidad en el año de 1979, y el primer examen de certificación se otorga en el año 1980.

La medicina de Emergencias poco a poco ha ido expandiéndose a nivel mundial, hasta que en la actualidad es considerada como la especialidad médica número 23, y cuenta con más de 50 postgrados a nivel mundial. El primer postgrado en Emergencias es creado por la Universidad de Cincinnati en Estados Unidos. Se crea entonces la Federación Mundial de Medicina en Emergencia en el año 1991 para el apoyo de la especialidad y para su desarrollo. Esta federación en sus inicios representaba solamente a 5 países, Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Australia y Nueva Zelanda y en la actualidad incluye a más de 50 países y se sigue expandiendo y dictando cursos de actualización a nivel mundial (Pazmiño, 2020).

Emergencias en el Ecuador–Historia

En el Ecuador, la Emergencia es una especialidad que ha tomado fuerza durante los últimos años. Estas especialidades en este país tienen su inicio en los años del liberalismo, lo que significó un gran avance en el Gobierno dirigido por Eloy Alfaro. El General tuvo la brillante idea de enviar a ciertos médicos becados a especializarse en Europa (Francia y Alemania), para que regresaran a implementar un pensum de estudio en la carrera de medicina, que cuente con distintas cátedras de mayor complejidad y de esta forma educar especialistas dentro del país. (Navarro, 2019)

Es así como en el Ecuador se instaura el postgrado de Medicina de Urgencias en el Hospital Carlos Andrade Marín, siendo el pionero a nivel nacional en el año de 1989. La Universidad Central gradúa sus primeros médicos de emergencias en el año 1993, posterior a la cual se crea el postgrado también en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, para de esta manera intentar satisfacer la demanda de atención en los distintos hospitales del país.

Acciones post emergencia

Desde la irrupción de la pandemia del COVID-19, en el mundo, alrededor de 123 Estados determinaron el cierre de los centros educativos, como una de las medidas de contención del contagio, trasladando el proceso de aprendizaje a la educación en línea y a distancia, a nivel global cerca de 1.050 millones de estudiantes de todas las edades y niveles han sido afectados/as por el cierre de escuelas, incluyendo 258 millones de niñas, niños, adolescentes (NNA) a quienes se ha limitado o modificado sus oportunidades educativas durante el confinamiento. (UNICEF, 2020).

Después de casi 2 años de la situación de pandemia declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), las actividades educativas se están acomodando a los nuevos retos que la realidad actual presenta, es así que, para el año escolar 2020-2021, algunos de los países de la región han optado por comenzar con programas graduales de reapertura, en la medida que la situación sanitaria lo permita, priorizando la salud y la vida de NNA que asisten a los centros educativos. (UNICEF, 2020)

Derechos de los niños, niñas y adolescentes

El derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes comprende. (Corte Constitucional del Ecuador, 2020).

- Acceso gratuito a los programas y acciones de salud públicos, a una nutrición adecuada y a un medio ambiente saludable.
- Acceso permanente e ininterrumpido a los servicios de salud públicos, para la prevención, tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud.
- Los servicios de salud públicos son gratuitos para los niños, niñas y adolescentes que los necesiten.
- Acceso a medicina gratuita para los niños, niñas y adolescentes que las necesiten.
- Acceso inmediato y eficaz a los servicios médicos de emergencia, públicos y privados.

- Información sobre su estado de salud, de acuerdo al nivel evolutivo del niño, niña o adolescente.
- Información y educación sobre los principios básicos de prevención en materia de salud, saneamiento ambiental, primeros auxilios.
- Atención con procedimientos y recursos de las medicinas alternativas y tradicionales.
- El vivir y desarrollarse en un ambiente estable y afectivo que les permitan un adecuado desarrollo emocional.
- El acceso a servicios que fortalezcan el vínculo afectivo entre el niño o niña y su madre y padre.
- El derecho que tienen las madres a recibir atención sanitaria prenatal y posnatal apropiadas.

Se prohíbe la venta de estupefacientes, sustancias psicotrópicas y otras que puedan producir adicción, bebidas alcohólicas, pegamentos industriales, tabaco, armas de fuego y explosivos de cualquier clase, a niños, niñas y adolescentes. Esto se encuentra establecido como parte del artículo 27 del código de la niñez y adolescencia de Ecuador (Asamblea Nacional, 2022).

Cabe señalar que, en el marco del derecho a la salud, se han determinado varias especificaciones que van en pos del cumplimiento de este, pues no solo se habla de un modo general, sino que, al brindar especificaciones, permite tener una perspectiva más amplia, y a su vez, que no exista el mal llamado pretexto para evadir el hecho de dar cumplimiento a un derecho que de no ser acatado bajo la norma establecida volvería al niño, niña o adolescente vulnerable (Contró González, 2010).

El objetivo principal de esta investigación es investigar y analizar la situación actual sobre los derechos de los niños, las niñas y adolescentes, con el fin de identificar las principales vulnerabilidades y desafíos que enfrentan, así como proponer estrategias y recomendaciones para garantizar la protección y el cumplimiento de sus derechos en este tipo de contexto. Estos objetivos específicos permitirán proporcionar una comprensión profunda de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia, y promover acciones que garanticen su protección y bienestar durante y después de una crisis. Los objetivos específicos de la presente se detallan a continuación:

- Analizar la situación de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia, incluyendo desastres naturales, conflictos armados u otras crisis, tanto a nivel nacional como internacional.
- Evaluar el impacto de las situaciones de emergencia en los derechos de los niños y adolescentes, considerando aspectos como la salud, la educación, la protección, la participación y otros derechos fundamentales.
- Identificar los desafíos y barreras que afectan la garantía de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia, y proponer posibles soluciones.
- Analizar las mejores prácticas y políticas existentes en la protección y promoción de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia, tanto a nivel nacional como internacional.

Materiales y métodos

Este proyecto de investigación es de diseño no experimental, puesto que, la investigación se realizó sin manipular deliberadamente variables, basada fundamentalmente en el análisis de lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, sin intervenir directamente, de modo que el objeto de la investigación no se alteró para lograr resultados reales. (Rosende, 2021)

Por su objeto

Exploratoria: la presente investigación es de tipo exploratoria, ya que permitió conocer y ampliar el conocimiento sobre un fenómeno para precisar mejor el problema a investigar (Carazu, 2006). Es así que, a partir de la observación, se pudo plantear de manera más adecuada el problema, se estudió las variables que están relacionadas con el fenómeno en cuestión en este caso y, se contextualizó apropiadamente el análisis del problema para brindarle una solución (Ferrada, 2018).

Por su finalidad

Bibliográfica: además, se considera una investigación de tipo bibliográfica, ya que se emplea información adquirida de textos y otro tipo de material ya sea impreso o digital, los cuales se consideran fuentes de información que sirven para despegar esta investigación, es decir, que a partir de la documentación encontrada con información sobre el tema que es objeto de este estudio, se desarrolló el mismo, incluyendo textos u otro tipo de material intelectual como fuentes primarias para obtener datos (Campos, 2017).

Resultados-discusión

Para UNICEF es crucial que cada niño continúe aprendiendo, pero también alerta que el estrés y la ansiedad de los niños debido al confinamiento puede aumentar aún más si los niños asumen demasiadas cargas académicas, independientemente del medio que estén utilizando para estudiar. Actualmente el bienestar del niño y su salud mental deben estar por encima de la continuidad del plan curricular o las calificaciones, lo cual compromete el aprendizaje (UNICEF, 2020).

UNICEF recomienda a las familias, en la medida de lo posible, promover el juego, la lectura, el arte y el movimiento, ya que estas actividades contribuyen al aprendizaje de los niños. A través de estas actividades y la rutina diaria, es importante que los padres conecten con sus hijos, los escuchen y les den mucho cariño, de esta manera, se los protege del impacto secundario del virus. (Bácares, 2019)

Desafíos y barreras que afectan la garantía de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencias, se detallan a continuación luego de realizado un profundo análisis de este tema tan importante y convulso a la vez:

- Acceso limitado a servicios básicos: Durante una situación de emergencia, los niños y adolescentes pueden enfrentar dificultades para acceder a servicios esenciales como alimentos, agua potable, refugio, atención médica y educación. Las barreras pueden incluir daños

en infraestructuras, falta de recursos, inaccesibilidad geográfica y restricciones de seguridad. Una solución podría ser mejorar la coordinación entre los actores humanitarios para garantizar la entrega oportuna y equitativa de estos servicios.

- **Riesgo de violencia y abuso:** Los niños y adolescentes en situaciones de emergencia pueden enfrentar un mayor riesgo de violencia, abuso y explotación. Esto puede incluir abuso sexual, reclutamiento forzado en conflictos armados, trata de personas y trabajo infantil. Una solución podría ser fortalecer las medidas de protección y vigilancia, proporcionando refugios seguros, implementando programas de sensibilización y estableciendo sistemas de denuncia y apoyo.
- **Separación y pérdida de familiares:** Los niños y adolescentes pueden ser separados de sus familias durante situaciones de emergencia, ya sea debido a la migración forzada, la muerte de sus padres o la falta de identificación. Esto puede aumentar su vulnerabilidad y dificultar la garantía de sus derechos. Una solución podría ser establecer mecanismos efectivos de reunificación familiar, mejorar los sistemas de identificación y registro, y proporcionar cuidado alternativo de calidad cuando la reunificación no sea posible.
- **Falta de participación y consulta:** En muchas ocasiones, los niños y adolescentes no son consultados ni tienen la oportunidad de participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas durante y después de una emergencia. Esto puede socavar su dignidad y autonomía, y limitar la efectividad de las respuestas. Una solución será fomentar su participación activa y significativa, a través de consultas, espacios seguros y adaptados a su edad, y promoviendo su representación en los procesos de toma de decisiones.
- **Falta de conciencia y capacitación en derechos de la infancia:** la falta de conocimiento sobre los derechos de los niños y adolescentes, tanto entre los profesionales que trabajan en situaciones de emergencia como entre las comunidades afectadas, puede obstaculizar la garantía y protección de estos derechos. Una solución podría ser aumentar la capacitación en derechos de la infancia para los actores involucrados, incluyendo a los trabajadores humanitarios, profesionales de la salud, docentes y líderes comunitarios.

El gobierno ecuatoriano declaró el Estado de Emergencia Sanitaria en todos los establecimientos del Sistema Nacional de Salud a través del acuerdo No.00126-2020 del Ministerio de Salud Pública, en los servicios de laboratorio, unidades de epidemiología, paramédicos, hospitalización y consulta externa por la inminente posibilidad del efecto provocado por el coronavirus COVID-19, y prevenir un posible contagio masivo en la población. (UNICEF,2020)

La actual crisis biológica mundial ha provocado en la mayoría de las personas sentimientos negativos como miedo, pánico, incertidumbre entre otros; los cuales afectan la manera de afrontar y percibir los riesgos relacionados con la Covid-19. El bienestar mental es clave al momento de afrontar la Covid-19 y gestionar adecuadamente las emociones, por ello que es de suma importancia afrontar la crisis actual a través de medidas sanitarias efectivas.

El 16 de marzo, el Gobierno Nacional solicita al Sistema de las Naciones Unidas en el Ecuador, activar el Equipo Humanitario de País (EHP) para apoyar los esfuerzos nacionales en la respuesta y asegurar que la ayuda se realiza de manera articulada.

Factores que influyen en el impacto emocional de las emergencias en los niños

El impacto emocional de una emergencia en un niño depende de las características y experiencias del niño, las circunstancias sociales y económicas de la familia y la comunidad, y la disponibilidad de recursos a nivel local. No todos los niños reaccionan de la misma manera. Algunos podrían tener reacciones más intensas y de larga duración. Puede que los siguientes factores específicos afecten la reacción emocional de un niño. (Observatorio Social de Ecuador, 2019), (Vázquez, et. al., 2017)

- Ser afectado directamente en la emergencia.
- Acontecimientos traumáticos o estresantes previos.
- Creencia de que el niño o un ser querido podría morir.
- Muerte de un familiar, amigo cercano o mascota.
- Estar separado de sus cuidadores.
- Lesión física.
- La manera de reaccionar de los padres y cuidadores.
- Recursos familiares.
- Relaciones y comunicaciones entre los miembros de la familia.
- Exposición continua a la cobertura de los medios de comunicación sobre la emergencia y sus consecuencias.
- Estrés continuo debido al cambio en la rutina familiar y en la situación de vivienda.
- Diferencias culturales.
- Resiliencia de la comunidad.

Recomendaciones que permiten reducir el estrés antes, durante y después de un desastre o un acontecimiento traumático

Antes: hablar con el hijo para que estos sepan que usted está preparado para mantenerlos a salvo. Repase todos los planes de seguridad, antes de que suceda el evento o la emergencia. Tener una planificación previa aumentará la confianza de los niños y les permitirá tener una sensación de seguridad y control.

Durante: mantener la calma y tranquilizar a los niños. Es importante mantener una comunicación con los niños clara, de manera que puedan entenderlo que está sucediendo o acontecerá. De forma simple y adecuada acorde a la edad.

Después: permita que los niños tengan la oportunidad de hablar sobre lo que les pasó, o qué piensan al respecto. Anímelos a que digan lo que les preocupa y que éstos puedan formular preguntas.

Se puede ayudar a los niños a tener la sensación de estar en control, a manejar sus sentimientos, alentándolos a tomar medidas directamente relacionadas con el desastre. Por ejemplo, los niños pueden ayudar a otros después del desastre, incluso ofrecerse como voluntarios para ayudar

a la comunidad o a miembros de la familia en un ambiente seguro. Los niños no deben participar en las tareas de limpieza después de un evento por razones de salud y seguridad. Es difícil predecir cómo algunos niños responderán a los desastres y a los acontecimientos traumáticos. Producto de que los padres, maestros y otros adultos ven a los niños en diferentes situaciones, es importante que estos colaboren y compartan información sobre cómo el niño está sobrellevando la situación después de un acontecimiento traumático, independiente del grado de afectación físico o psicológico. (Ferrada, 2018)

Recomendaciones para asegurar el cumplimiento de los derechos:

Para garantizar la prevalencia de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia, es importante:

- Priorizar sus necesidades y bienestar en los planes de respuesta y recuperación.
- Establecer sistemas de protección y mecanismos de denuncia de violaciones de derechos.
- Proporcionar acceso a servicios básicos esenciales, como alimentación, refugio y atención médica.
- Facilitar la educación y la recreación para promover su desarrollo integral.
- Promover la participación activa de los niños y adolescentes en la toma de decisiones que les afecten.

Niñas, niños y adolescentes expuestos a violencia: En Ecuador, del 100% de niños y niñas, el 33% de hogares los disciplina con golpes, es decir, son violentados, viéndose así, afectada su salud, situación que se exagera en momentos de confinamiento. En el 2016 se denunciaron 4864 casos de violencia sexual en contra de niñas y niños la cual afecta directamente a su salud en todas sus áreas, dicha cifra, refleja solo que el 10% de los agresores recibieron sentencia, poniendo en evidencia que existe vulneración en los derechos de los niños, niñas y adolescentes del país en un 23% (Observatorio Social de Ecuador, 2019). Esta situación genera una alerta aún más grave en situaciones de emergencia y la urgencia de priorizar las siguientes necesidades de la niñez y adolescencia:

Bienestar de niñas y niños

- Bienestar psicológico y emocional.
- Apoyo a familiares, cuidadores.
- Apoyo a niñas y niños con mayor vulnerabilidad (discapacidad, en situación de calle, contextos de movilidad humana, en especial niñas y niños no acompañados, en centros de adolescentes infractores).
- Rutas de atención en casos de violencia en contra de niñas y niños durante la emergencia
- Límites para acceder a mecanismos de protección.
- Necesidad de contar con asesoría y acompañamiento en casos de violencia.
- Servicios adecuados a la emergencia.
- Garantizar protección en los servicios de acogimiento.

- Necesidad de garantizar mecanismos de cuidado alternativo con base familiar.
- Garantizar y priorizar el derecho a la salud de los niños, niñas y adolescentes.

Reacciones comunes

Las reacciones comunes ante la aflicción irán desapareciendo con el paso tiempo. Los niños que hayan estado directamente expuestos a un desastre pueden volver a sentirse angustiados y mostrar comportamientos relacionados con el acontecimiento, si ven o escuchan algo que les haga recordar lo que ocurrió. Si los niños siguen muy afectados, o si sus reacciones interfieren con sus deberes escolares o sus relaciones con otras personas, los padres podrán hablar con un profesional o hacer que sus hijos conversen con alguien que se especialice en las necesidades emocionales. Obtenga más información sobre las reacciones comunes ante la aflicción:

Reacciones comunes según los grupos de edades

- En bebés y niños hasta los 2 años: **es** posible que los bebés se vuelvan más irritables. También que lloren más de lo habitual o que quieran estar más tiempo cargados y abrazados.
- En niños de 3 a 6 años de edad: **puede** que los niños en edad preescolar y de kínder vuelvan a tener comportamientos que ya habían superado. Por ejemplo, puede que tengan “accidentes” (mojar o ensuciar la ropa interior), mojar la cama, o sentirse temerosos por la posibilidad de ser separados de sus padres o cuidadores. Quizás también les den rabieta o tengan dificultad para dormir.
- En niños de 7 a 10 años de edad: en niños más grandes suelen sentirse tristes, enojados o asustados ante la posible repetición del acontecimiento. Puede que sus compañeros les den información falsa; sin embargo, los padres o cuidadores pueden corregir la información errónea. Es posible que los niños más grandes se concentren en algunos detalles del acontecimiento y quieran hablar sobre ello todo el tiempo, o no quieran hablar de eso para nada. Puede que tengan dificultades para concentrarse.
- En preadolescentes y adolescentes: los preadolescentes y adolescentes reaccionan al trauma comportándose mal. Esto podría incluir conducir en forma imprudente, o consumir alcohol o drogas. Otros preadolescentes y adolescentes podrían tener miedo a salir de su casa. También es posible que pasen menos tiempo con sus amigos. Podrían sentirse abrumados por sus intensas emociones y no poder hablar sobre ellas. Sus emociones pueden llevarlos a tener más discusiones e incluso peleas con sus hermanos, padres o cuidadores, o con otros adultos.
- En niños con necesidades especiales: los niños que necesitan usar de manera continua un respirador o aquellos que usan una silla de ruedas o están en cama podrían tener reacciones más fuertes a una amenaza o a un desastre real. Ellos podrían sentir una angustia más intensa, o mayor preocupación o enfado que los niños sin necesidades especiales, porque tienen menos

control sobre su bienestar diario que las demás personas. Lo mismo ocurre con los niños que tienen otras limitaciones físicas, emocionales o intelectuales. Puede que éstos necesiten más palabras tranquilizadoras, más explicaciones acerca del acontecimiento y más consuelo, y otro tipo de contacto físico positivo, como abrazos de sus seres queridos.

Conclusiones

Se establece que existen garantías establecidas en las leyes del Ecuador, tanto en la Constitución de la República como en el Código de la Niñez y Adolescencia específicamente, donde se asegura que la salud es un derecho que todos poseemos, particularmente los niños, niñas y adolescentes, existen artículos que establecen las sanciones y penas por violar esta ley, ya que se aclara que la salud no es solo física sino también emocional y psicológica. Según los datos que se obtuvieron en el presente estudio, se puede concluir que los niños, niñas y adolescentes, en su mayoría desconocen que existe una ley que ampara sus derechos, de modo que, muchos de ellos ni siquiera saben que cuentan con el derecho a la salud.

Existen numerosos desafíos y barreras que dificultan la garantía de sus derechos básicos en estos contextos. Las situaciones de emergencia tienen un impacto significativo en los derechos de los niños y adolescentes. Estos pueden experimentar mayores riesgos de violencia, abuso, separación de sus familias, falta de acceso a servicios básicos y limitaciones en su participación y autonomía. Es fundamental abordar los desafíos identificados y aplicar soluciones efectivas. Esto implica mejorar la coordinación y acceso a servicios esenciales, fortalecer las medidas de protección, facilitar la reunificación familiar cuando sea posible, promover la participación activa de los niños y adolescentes en la toma de decisiones, y aumentar la conciencia y capacitación en derechos de la infancia.

Existen mejores prácticas y políticas que pueden servir como ejemplos para mejorar la protección y garantía de los derechos de los niños y adolescentes en situaciones de emergencia. Estas prácticas y políticas deben ser conocidas, documentadas y compartidas entre los actores involucrados para mejorar la respuesta y la calidad de los programas en este ámbito.

A pesar de estas dificultades los niños y adolescentes muestran una capacidad sorprendente para recuperarse y adaptarse antes los cambios impuestos. Es normal que presenten resiliencia y logren superar las dificultades especialmente con el apoyo adecuado. Es fundamental proporcionar la intervención y apoyo psicológico, el acceso a servicios de salud mental, terapias o asesoramiento, posibilitando procesar de forma más natural y rápida las emociones fuertes y traumáticas.

Referencias bibliográficas

Arzate, E. U., & de Paz González, I. (2015). Los efectos de los derechos fundamentales en el tiempo. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 48(144), 1155-1196

Bácares Jara, C. (2019). Los derechos de los niños, niñas y adolescentes: una reflexión sobre las resistencias, fenómenos y actores que los modulan, determinan y aplazan en América Latina. *Infancias Imágenes*, 18 (1), 51-67

Bernal, A. E. M., Sarmiento, M. P. S., Torres, A. E. C., & Torres, D. F. I. (2022). El sistema automático de trámite judicial en Ecuador: ¿Vulnera derechos fundamentales? *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, 11(2), 203-228.

Calero, P. (2018). Sistema de protección de la niñez y adolescencia: un análisis de situación en el Ecuador. UNICEF. https://www.unicef.org/ecuador/media/3786/file/Ecuador_Diagnostico_SNDPINA%20_1.pdf.pdf

Campos, M. (2017). *Métodos de investigación académica: fundamentos de investigación bibliográfica*. Editorial del Sistema de Educación General.

Carazu, P. (2006). *Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales*. Editorial Educación para toda la vida.

Comité de los derechos del niño. (2017). *Convención sobre los derechos del niño*. UNICEF. <https://www.unicef.org/ecuador/media/2246/file/Recomendaciones%20del%20Comit%C3%A9%20de%20los%20Derechos%20del%20Ni%C3%B1o.pdf>

Contró González, M. (2010). *Los derechos de niños, niñas y adolescentes en México*. Porrúa.

Corte Constitucional del Ecuador. (2020). Informe sobre las acciones emprendidas por la secretaría de derechos humanos durante la emergencia sanitaria por Coronavirus-Covid 19. *Boletín Jurisprudencial Edición especial Covid-19*, (marzo-septiembre), 1-12.

Departamento de Comunicación Global. (2020). La protección de los derechos humanos durante la crisis del COVID-19. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/coronavirus/articles/proteger-derechos-humanos-coronavirus>

Ecuador. Asamblea Nacional. (2022). Código de la niñez y la adolescencia. Registro oficial 737. <https://biblioteca.defensoria.gob.ec/handle/37000/3365>

Ferrada, M. J. (2018). *Los derechos de los niños*. Editorial Planetelector México.

Navarro, M. (2019). *Defensoría de los derechos de la niñez y adolescencia*. Editorial Alveroni.

Observatorio Social de Ecuador. (2019). Situación de la niñez y adolescencia en el Ecuador. Una mirada a través de los ODS. UNICEF. <https://www.unicef.org/ecuador/informes/situaci%C3%B3n-de-la-ni%C3%B1ez-y-adolescencia-en-el-ecuador>

- Organización de Naciones Unidas. (2020). COVID-19 y Derechos Humanos: Todos estamos juntos en esto. Grupo de las Naciones Unidas para el Desarrollo. <https://unsdg.un.org/es/resources/covid-19-y-derechos-humanos-todos-estamos-juntos-en-esto>
- Parlamento Andino. (2021). Principales medidas adoptadas por el gobierno ecuatoriano frente a la emergencia provocada por la COVID-19. Parlamento andino. <https://www.parlamentoandino.org/images/actualidad/informes-covid/Ecuador/Principales-medidas-adoptadas-por-el-gobierno-ecuatoriano.pdf>
- Pazmiño, L. (2020). Derecho a la salud y Covid-19. Una lectura en clave de derechos humanos: indivisibles, interdependientes y no regresivos. Corte Interamericana de los Derechos Humanos. <https://www.corteidh.or.cr/tablas/alerta/noticias/Derecho%20a%20la%20salud%20y%20Covid%2019-PPF.pdf>
- Rosende, D. (2021). Derechos de niños, niñas y adolescentes: análisis, práctica y procedimiento Ediciones Dyd
- UNICEF. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (2020). La Educación ante el COVID-19: propuestas para impulsar el derecho a la educación durante la emergencia. Observatorio de la infancia. https://www.observatoriodelainfancia.es/oia/esp/documentos_ficha.aspx?id=7081
- Vázquez, A. C., Ugalde, A. L., & Martínez, A. L. (2017). Derechos humanos y ejecución penal en el nuevo sistema de justicia de México. Acta Sociológica, 72, 205-230.

22

Recibido: 2/12/2023

Aceptado: 20/01/2024

Memoria, identidad y anhelos en video-cartas haitianas

Memory, identity and longing in haitian video- letters

Fátima e Silva de Freitas¹

E-mail: ffreitas269@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0828-9681>

¹Universidade Tuiuti do Paraná. Brasil.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

De Freitas, F. (2024). Memoria, identidad y anhelos en video-cartas haitianas. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 160-167. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El objetivo de este artículo es discutir acerca de la identidad y memoria a partir de videocartas enviadas a Haití y de sus respuestas para Brasil. Las videocartas, producción en vídeo del director Diego Elías Baffi tienen por título Saudade Pont-te para o Haití. Se invita a inmigrantes haitianos a enviar mensajes para Haití. Estos se exhibieron en una plaza de Puerto Príncipe, capital del país; las personas que lo vieron también fueron invitadas a grabar una respuesta para sus compatriotas que viven en Brasil. Joel Candau, Luisa Passerini, Denys Cucho, son autores con los cuales el texto dialoga.

Palabras clave:

Inmigración haitiana, Memoria, Identidad cultural, Videocartas

ABSTRACT

This article aims to discuss the issue of memory and identity based on video-letters sent to Haiti and their responses from Haiti to Brazil. Video-letters is a video production by director Diego Elias Baffi, named: Saudade Pont.te para o Haiti. In the video-letters, Haitian men and women immigrants are invited to send messages to Haiti. The messages were displayed in a square in Port-au-Prince, the country's capital. People who watched them were invited to record a response for their countrymen who live in Brazil. Joel Candau, Luisa Passerini, Denys Cucho, are authors with whom the text dialogues.

Keywords:

Haitian immigration, Memory, Cultural identity, Video-letters.

Introducción

Este artículo tiene como punto de referencia el documental “Saudade Pont.te para o Haití”, Plataforma PsF (2015), su director es Diego Elías Baffi. El documental es el resultado de un proyecto que se define como videocartas, en este caso, inmigrantes haitianos radicados en Brasil enviaron mensajes mediante cartas escritas a mano y a través de videos, realizados en Santa Catarina, Balneario Camboriú y Curitiba. Se escribe el artículo con el propósito de discutir acerca de la identidad y memoria a partir de los resultados que se dieron a conocer en el documental.

A continuación se explica cómo surge la idea de las videocartas. En el 2015 Diego Baffi participa en el Festival Quatre Chemins en Puerto Príncipe, capital de Haití. El proyecto inicial era presentar en espacios urbanos su obra Payaso itinerante, danza y otras intervenciones. A cambio de la invitación se propuso buscar una alternativa que le permitiera promover el contexto cultural haitiano. Luego de realizar estudios acerca del tema de los inmigrantes haitianos en Curitiba llega a las videocartas.

Amar el equipo de producción, conseguir financiación y contactar con inmigrantes que enviarían los mensajes a Haití formó parte del proceso, hasta que alcanzar el formato deseado. Para los contactos Baffi usa las redes sociales como internet y Facebook, usa carteles con textos en creole, idioma de los haitianos y los coloca en lugares donde se reunían los inmigrantes. Se sorprende por la repercusión, mujeres y hombres haitianos que vivían en Balneario Camboriú, municipio del estado de Santa Catarina, lo buscaron para que grabaran también sus cartas.

El siguiente paso consistió en explicar la metodología prevista para las videocartas: se enviarían mensajes para los haitianos que viven en Haití, el hilo conductor sería el tema del anhelo o la añoranza, las respuestas vendrían desde allí. Las cartas no se debían dirigir a una persona determinada, las podían responder quienes lo desearan, luego que escucharan los mensajes enviados desde Brasil.

Los mensajes se grabaron en creole. Al enviarlos desde Brasil la expectativa de los creadores del proyecto era que las narrativas abordarían las dificultades en relación con el empleo, el racismo, la xenofobia, entre otros temas relacionados con las dificultades que encuentran los inmigrantes durante su proceso de llegada a Brasil, y en especial, a Curitiba. Las “respuestas” enviadas desde Puerto Príncipe debían ser preguntas sobre Haití, críticas a quienes abandonan el país, entre otros temas.

El director accede a la traducción de los contenidos cuando llegó a Puerto Príncipe, allí apreció que las cartas se referían a los sentimientos por la ausencia de familiares y de amigos que se quedaron en la tierra natal; hablaban de cómo extrañaban el país, de cómo añoraban la comida haitiana.

Después se realizaron las proyecciones, en Curitiba se hizo durante los días 27 y 28 de febrero del 2016, se escucharon en diferentes momentos y en diferentes espacios, incluida la Cinemateca de Curitiba. A continuación el público participó en los debates, además de discutir el contenido de los mensajes, muchos se refirieron a las expectativas

que tenían en relación con el material expuesto, eran similares a las del equipo de producción.

Los debates y preguntas que tuvieron lugar tras las proyecciones públicas de las videocartas terminaron convirtiéndose en un ejercicio de escuchar al “otro” y al mismo tiempo provocaron reacciones en la audiencia. En otras palabras, muy cerca de lo que inicialmente imaginamos que sería el material recopilado, el público cuestionó la aparente ausencia de historias de dolor y explotación vividas por los haitianos que viven en Brasil. (Martins y Baffi, 2015, p.102)

Todo el proceso hizo entender al equipo, de que disponían de un material que había que redimensionar, lo que incluía cambios en su primer formato. Al hablar acerca de las proyecciones del documental su director explica su sugerente título:

Para esas exhibiciones se mantuvo el nombre de “Saudade: pon.te para o Haití”. Ese nombre es fuerte y descriptivo del proceso de concepción del cortometraje. El nombre al inicio, añoranza o anhelo (saudade, en portugués) es porque es el punto inicial y el tema generador de las videocartas; los dos puntos dan la idea de que el anhelo o añoranza es el puente por Haití, y realmente lo creemos así, que la añoranza trae el espacio muy cerca, actualiza lo que está lejos como cerca. La palabra puente ganó un punto en el medio, pues pon significa puente en creole, o sea, es una palabra que conecta dos lenguas, también ese punto que interrumpe una palabra da la dimensión de un espacio discontinuo, pero interconectado a lo cual cabe la construcción de tal puente. La palabra para, es interesante como destino (las videocartas partieron desde Brasil), y también por la idea de parada, estadia, así podemos entender que el anhelo nos hace detener, pues congela aquello que tenemos de añoranza en una imagen querida. Haití es el punto final de la frase, o sea, lugar para el cual nos destinamos y para el cual, en última instancia, enviaremos el video en su formato final. (Martins y Baffi, 2015, p.101)

El director considera que “Saudade: pon.te para o Haití” es un trabajo en equipo, pues los inmigrantes haitianos al tomar conciencia de lo que se iba a hacer en el documental, también dieron su aporte, ofrecieron sugerencias acerca de los espacios donde se podían grabar las videocartas. Así, en los créditos finales aparecen sus nombres como participantes del equipo de producción.

El documental se dio a conocer el 26 de febrero del 2016 a través de un reportaje televisivo. A continuación se describe cómo la autora del artículo tuvo acceso a dicho material, por qué le resultó de interés para su investigación:

Me enteré del documental a través del reportaje televisivo del día 26/02/2016, en el momento de su proyección no pude verlo. Viví con la curiosidad y las ganas de verlo porque me parecía interesante, no solo por el formato de videocarta, sino porque eran mensajes de emigrantes, también viajaron y tomaron el camino contrario, fueron al país de origen. Busqué el documental en internet, descubrí que aún no estaba disponible.

El segundo paso fue intentar encontrar al creador del proyecto, una vez realizado el contacto, le informé sobre mi investigación de tesis doctoral acerca de la inmigración haitiana y mi interés por redactar un artículo, teniendo como argumento las videocartas. Baffi me envió su documental. Después de verlo transcribí los mensajes de los participantes, de aquellos que los enviaron desde Brasil y de aquellos que respondieron desde Haití.

Se puntualiza, además, que en el artículo no se utilizan nombres de las personas involucradas debido a la dinámica en la producción del audiovisual y lo que el retorno a las videocartas trajo a los realizadores. A partir del feedback, considerado positivo por el equipo de producción, se entendió que el proyecto debía incorporar elementos obtenidos durante la proyección pública del documental, las impresiones y observaciones del equipo y de los inmigrantes. En la actualidad se encuentra en proceso de inclusión los discursos y testimonios grabados durante la proyección en la Cinemateca de Curitiba, estado de Paraná.

Materiales y métodos

Para dar cumplimiento al objetivo propuesto la autora del presente trabajo aplica métodos y técnicas, entre ellos, la historiografía oral, a partir del contenido de las videocartas; tuvo en cuenta resultados dados a conocer mediante la publicación de obras en las que se aborda la identidad y memoria como tema de investigación

Resultados-discusión

Resulta de interés puntualizar referentes generales relacionados con el tema. Se asume que identidad, sentimiento de pertenencia a una cultura, a una sociedad, se puede vivenciar por diferentes individuos en distintos contextos sociales, no necesariamente en los espacios donde se forjaron y consolidaron. Entonces, se considera que los sentimientos demostrados en los procesos comunicativos y narrativos acerca de las experiencias vividas (entre ellas, las videocartas) remiten a un universo en que la memoria social es fundamental.

Varios especialistas han abordado el tema identidad y memoria (Pollak, 1992; Cuche, 2002; Halbwachs, 2004; Candau, 2005, 2021; Passerini, 2011). Desde el punto de vista teórico, sus consideraciones y aportes, sirven de punto de partida para esta investigación y constituyen antecedentes.

Primero se toma como fundamento la obra Candau (2021), quien señala que entre identidad y memoria hay una relación dialéctica, una se apoya en la otra. Por lo tanto, es difícil hablar de identidad sin considerar que el sentimiento de pertenencia a un determinado grupo, etnia y cultura se consolida a partir de la memoria o de memorias, aprendidas, aprehendidas, construidas y vivenciadas en los procesos. Según este autor es como si la memoria ofreciera un caleidoscopio de posibilidades, entre ritos, fiestas, recuerdos, olvidos, herencias, colores, sabores y dolores. En ese caso, se habla de memoria en el sentido de construir narrativas y no a la actividad cerebral de los humanos, capaces de guardar las informaciones, procesarlas, olvidarlas, o en caso contrario, que no llegan a realizar esas operaciones.

En la obra Memoria e identidad (Candau, 2021), el especialista antes citado, explica tres manifestaciones de la memoria. Se realiza la selección de las informaciones que permiten a la autora ofrecer sus puntos de vistas con respecto a lo que apreció en las videocartas:

a) Protomemoria

Es aquella aprehendida a través de procesos de socialización en que se aprenden a realizar ciertas actividades y se realizan sin la necesidad de consultar ningún manual, sin realizar elaboraciones sofisticadas, una vez aprendidas o aprehendidas; constituyen, entre otros ejemplos, parte de las formas corporales, de la manera de expresarse, de la forma de manejar una herramienta, de comunicarse a través de una lengua. No están vacías de significados, pero forman parte del modo de ser dentro de un proceso de socialización que acaba por inscribirse en lo cotidiano; se trata de saberes heredados que parecen incorporados en el propio cuerpo.

Candau (2021) se fundamenta en la noción bourdieusiana de habitus, según el cual no habría una representación de pasado, pero sí una acción de este en el cuerpo; no sería una presencia del pasado, pero sí una acción de él a partir de dispositivos producidos por el mismo. Para Bourdieu (1993), el habitus como sistema de disposiciones en vista de la práctica, es el fundamento objetivo de conductas reguladas. Es aquello que hace que los agentes dotados del mismo se comporten de cierta manera en ciertas circunstancias. Este autor también acota que los sujetos tienen habitus o estilos de vida y que a su vez son el resultado de los procesos históricos encarnados en los cuerpos, formando un sistema de disposiciones perdurables, (resistente a los cambios) y transponibles (disposiciones adquiridas que influyen sobre otras esferas de experiencia) (Bourdieu, 1993).

b) Memoria propiamente dicha

Alude a recuerdos, saberes, creencias, emociones, sentimientos, reconocimientos. En ese caso, Candau (2021) puntualiza que las extensiones de la memoria son todos los mecanismos extra cerebrales (la forma escrita en todas sus formas de inscripción, tecnología y soportes) que registran, almacenan, condensan, multiplican, escriben, graban y extrapolan las formas; por ejemplo, las antiguas tradiciones orales, en que las memorias se transmitían mediante la oralidad y las sociedades contaban, recontaban, transmitían y vivenciaban sus procesos memoriales.

c) Metamemoria

Plantea que es también una representación, es cuando se recuerda, se habla sobre la memoria, es el conocimiento que se tiene acerca de ella. "La metamemoria es, por tanto, una memoria reivindicada, ostensible" (Candau, 2021, p.23).

De las tres formas de la memoria abordadas por el autor, esta posibilita pensar en términos de grupos. Aunque se hable de memoria colectiva, identidad cultural o social, no se afirma que son recuerdos o construcciones de la memoria, con relación a todos los individuos, pero al menos un número considerable de ellos sí comparte los recuerdos o modos de ver y comprender el mundo; en un sentido

más restricto, se representan o se ven representados en determinadas prácticas culturales que los remiten a una memoria común.

En el conjunto de las relaciones sociales de determinada sociedad es difícil imaginar que todos sus miembros tienen las mismas costumbres, creencias o que participen de las mismas celebraciones, con el mismo empeño o entusiasmo, aunque hay situaciones en que la identidad y su relación con la memoria emergen con fuerza. Así lo asevera ese especialista:

Ninguna sociedad come, baila, o camina de una manera que le es propia, pues apenas los individuos, miembros de una sociedad, adoptan formas de comer, bailar, caminar que, al volverse dominantes, mayoritariamente o unánimes, estas se consideran como características de la sociedad en cuestión. Por consecuencia, a nivel de grupos, apenas en eventual pose de una memoria evocativa o de la meta-memoria puede ser pretendida. Y es esa eventualidad la que aparece subyacente en la expresión memoria colectiva. (Candau, 2021, p.24)

Sin embargo, se hace imposible admitir que esa expresión designe una facultad, pues la única facultad de memoria realmente comprobada es la memoria individual; de hecho, un grupo no recuerda de acuerdo con una modalidad culturalmente determinada y socialmente organizada, apenas una proporción mayor de miembros del grupo es capaz de ello. De hecho, en su acepción corriente, la expresión "memoria colectiva" es una representación, una forma de metamemoria, es decir, un enunciado que miembros de un grupo va a producir con relación a una memoria supuestamente común a todos los miembros de ese grupo. (Candau, 2021, p.24)

Por lo tanto, si la identidad y la memoria caminan juntas y una es constitutiva de la otra, se asevera, de acuerdo con Pollak (1992), que el sentimiento de identidad, así como el de la memoria, son construidos tanto en los niveles individuales como colectivos. En ese sentido, la memoria como una construcción social es la que permea la identidad o identidades culturales.

Se destaca otro criterio que sirve para fundamentar lo declarado con anterioridad. Los lazos con el país de origen, la circulación de valores, las relaciones familiares e informaciones sobre la vida aquí y allá, pueden traducirse como experiencias culturales múltiples y en tránsito. Es la comprensión de la identidad cultural a partir de la concepción múltiple y descentralizada, en la que el movimiento es importante en el sentido de comprender la dinámica de los procesos de identidad en tránsito.

En la medida en que la identidad resulta de una construcción social, ella forma parte de la complejidad social. Querer reducir cada identidad cultural a una definición sencilla, pura, sería como no tener en cuenta la heterogeneidad de todo grupo social. Ningún grupo, ningún individuo está preso a priori en una identidad unidimensional. El carácter fluctuante que se presta a diversas interpretaciones es característico de la identidad. (Cucho, 2002, p. 192).

En este caso, la teoría de Cucho (2002) es asumir la identidad más allá de las concepciones monolíticas o

esencialistas, es considerar que esta se puede construir a partir, por ejemplo, de una identidad mixta, sincrética, se puede transformar en contextos sociales específicos. Al referirse a la necesidad de tener en cuenta la dinamicidad de los procesos de identidad, Cucho (2002), cita como ejemplo, el caso específico de los haitianos, alude a las diferencias entre tres generaciones de inmigrantes:

1. La primera generación, oriundos de una élite mulata, llega a los Estados Unidos en la década de 1960, ellos optaron por el proceso de asimilación de la sociedad americana, incluso con el intento de aproximarse a una cierta "blancura".
2. Una segunda generación aparece a partir de la década de 1970; procedían de una clase media negra, con el intento de no ser confundidos con la población negra americana, resaltaban características que los diferenciaban, por ejemplo, usaban la lengua francesa; buscaban ser reconocidos étnicamente como haitianos.
3. Otra generación entra al país a partir de la década de 1980, en el contexto de la desvalorización de la identidad haitiana, pues se asociaba a los haitianos con grupos de riesgo de contaminación por el virus HIV y de naufragios de barcos (boat peoples) de inmigrantes en la costa de la Florida.

Esta generación de inmigrantes haitianos "... rechaza esa identidad y reivindica una identidad transnacional caribeña, aprovecha el hecho de que Nueva York se había transformado, debido a la inmigración, en la primera ciudad caribeña del mundo" (Cucho, 2002, p.199).

En estos casos hay referencia a estrategias de identidad que pueden componerse, recomponerse y reinventarse, es lo que Cucho (2002) denomina reinención estratégica de una identidad colectiva. Por lo tanto, la autora destaca esta idea: para quienes viven procesos de desplazamiento, de experiencias migratorias transnacionales, las cuestiones relativas a los procesos de identidad deben comprenderse como no fijas (en sentido de una territorialidad definida), sí, como procesos que se van formando durante trayectos de idas, venidas y permanencias.

Se destacan otras consideraciones teóricas. La incorporación de la metodología de la historia oral (como método historiográfico de la oralidad) en la realización de entrevistas y en la recolección de testimonios, principal característica, constituye una innovación con respecto a la utilización de fuentes tradicionales, fuentes escritas, documentos y acervos consolidados. Revelan la importancia de esa metodología para la historia contemporánea, el crecimiento de los laboratorios de historia oral, de líneas de pesquisa que tienen como base las fuentes orales y el incremento de la organización de Asociaciones de Historia Oral.

Varios especialistas han asumido la historia oral como fuente de investigación y reflexiones teóricas. Por ejemplo, Thompson (1978) escribió la obra *La voz del pasado*; Bosi (1979), *Memoria y sociedad*; Portelli (2016), *Historia oral como arte de escucha*; Gomes (2020) publica el texto *Historia oral e historiografía*.

Otra investigadora que sirve de referente es Passerini, historiadora italiana que hace referencia a la historiografía oral

y a la metodología de la historia oral. La obra escrita por Benjamín (1991) ha sido apuntada por Passerini (2011), según su criterio, contribuye a que se piense en la riqueza de la metodología de la historia oral, en el abanico de posibilidades que abre en la búsqueda de comprender y analizar diferentes procesos históricos. Al mismo tiempo invita a vivir una historia a contracorriente.

En la primera parte de la obra *La memoria entre política y emoción*, en especial, en el capítulo II: *Heridas de la memoria: identidad femenina y violencia política*, Passerini (2011) aborda un tema sensible, las memorias de mujeres encarceladas y sus experiencias con el terrorismo y su implicación directa en acciones de las Brigadas Rojas y Petra Línea, en el contexto italiano de los años 1970 y 1980.

La autora de este artículo explica cómo es que conoce acerca de esas mujeres y cómo llega a utilizar las videocartas como fuente de investigación:

Llegué a las videocartas haitianas a través del documental "Saudade pon-te para o Haití, ahí me enteré de las cartas de las mujeres encarceladas a través del texto de la historiadora italiana Luisa Passerini. El contacto con el texto de Passerini, la densidad de las narrativas de esas mujeres y la metodología que empleó sirvieron de inspiración para utilizar las videocartas como fuente de investigación, para pensar en la posibilidad de una lectura sobre los delicados temas que involucran la vida de los inmigrantes. Las cartas de las mujeres y las videocartas haitianas son narrativas humanas acerca de momentos vividos; las fuentes de investigación tradicionales, como archivos y textos ya consolidados acerca del tema, no siempre pueden llevar a una perspectiva diferente sobre temas de investigación.

Los textos de Passerini (2011) permiten penetrar en discusiones acerca de las dimensiones de la narrativa, la oralidad, los aspectos afectivos, la dimensión de los sueños y la fantasía; permiten penetrar en el mundo interior, en la identidad de aquellas mujeres, conocer sus experiencias en la prisión de Carceri Nuove. Ellas deseaban:

Dar voz a la pluralidad de experiencias diferentes...capturar y tener en cuenta las motivaciones y las historias profundas de cada una, y al mismo tiempo, evidenciar las relaciones entre nuestras vidas y los movimientos generales de aquellos años... concientizarnos de las continuidades y de las rupturas que operan dentro de nosotras mismas como mujeres. (Passerini, 2011, p.33)

Estas mujeres enviaron cartas a profesores de la Universidad de Torino, quienes las recibieron en agosto de 1985. Passerini (2011) relata cómo recibió cartas de mujeres encarceladas, quienes propusieron realizar un seminario de historia oral, ellas expresaban el deseo de ser escuchadas, de dar rienda suelta a sus relatos.

Son historias cuyas tramas involucran sus vivencias como militantes vinculadas a la lucha armada y sus acciones; expresan sus relaciones con hombres integrantes de esos movimientos y de lo que pensaban al respecto; son historias de sus infancias, de sus familias, del escenario carcelario y de los sentimientos que impregnan diferentes momentos de sus vidas.

Declara, además, que después llegaron otras correspondencias y se precisaron acuerdos institucionales para realizar el seminario. Dado el contexto penitenciario fue necesario el permiso y autorización de sectores vinculados a la justicia y gestión penitenciaria. También parecía delicado el ingreso de los docentes al ambiente penitenciario y el uso de equipos de audio para registrar las actividades.

En diciembre de 1986 se realizó el primer seminario *Identidad femenina y violencia política*, con las profesoras de la universidad Bianca Guidetti, Patrizia Guerra y Luisa Passerini. Algunas mujeres estaban fuera de prisión, en régimen semi-abierto o habían cumplido sus penas al comenzar el seminario, esto llevó a los investigadores a organizar dos grupos, uno externo sesionó en las instalaciones de la universidad y otro interno, en espacios penitenciarios. Por sugerencia de la dirección penitenciaria se incluyó a un preso común (homicidio), en total fueron diez los participantes.

Los otros seminarios se realizaron entre enero y junio de 1987. Según Passerini (2011), tuvieron como finalidad reflexionar acerca de la historiografía y de la metodología de la historia oral:

Al final de esta práctica de haberlas escuchado, empezó una tercera fase de trabajo: frente al conjunto de entrevistas, las docentes presentaban dudas, observaciones, cuestiones, objeciones. Eso produjo una serie de debates, que se grabaron y se transcribieron, así como los encuentros. También fue un período de mayor tensión- o mejor dicho, aquel en el cual se evidenciaron las tensiones acumuladas en la interacción precedente - y cuando ocurrió un verdadero intercambio entre puntos de vista diversos. Las temáticas tratadas se enriquecieron y se profundizaron con relación a las reelecciones intersubjetivas. La última fase del trabajo consistió en el análisis de las historias de vida recolectadas. (p.35)

Se puntualiza una idea esencial: son contextos, son espacios, temas y soportes diferentes, pero tienen en común narrativas de vida, identidades y memorias. Por eso, las letras, los mensajes, las memorias e identidades son los hilos que se utilizan para tejer las tramas y lograr hilvanar el presente artículo, es un intento por comprender cómo emergen las identidades en diferentes espacios, dentro, fuera, aquí y allá.

A continuación se explica cómo se procedió con las videocartas. Se aborda la relación entre memoria e identidad y cómo se entrelazan en las narrativas de estos inmigrantes. Se alude a tres momentos:

- Primero se vio el documental, se observaron expresiones de los narradores y se precisó cómo hablaban.
- Después se transcribieron los discursos a partir de subtítulos en portugués; se seleccionaron los más importantes.
- Por último, se precisó cómo se aprecia la relación entre memoria e identidad, cómo se entrelazan en estas narrativas.

Aunque los nombres de los inmigrantes están escritos a lo largo del documental y aparecen en los créditos finales, en el artículo se usa la letra (M) para las mujeres y (H) para los

hombres y se ofrece la ubicación de lugares desde donde se enviaron los diferentes mensajes.

Se puntualizan otras ideas acerca de la forma en que se procede, cómo la autora procesa la información relacionada con el documental, cómo sirve de herramienta para emitir criterios y valoraciones acerca de la identidad y la memoria en este grupo de inmigrantes haitianos. Ofrecen una posibilidad de investigar y abordar la experiencia inmigrante en el mundo actual.

Los mensajes para Haití y de Haití para Brasil fueron transcritos por la autora, se basan en discursos de los participantes del documental. El trabajo de transcripción es una fase de la metodología de la historia oral, por lo general, el investigador realiza las entrevistas, transcribe y produce su texto. En este caso, los testimonios de los involucrados fueron recogidos por el equipo de grabación y forman parte de los diálogos del documental. De esa forma, la fuente oral que se utiliza aquí forma parte de las narrativas del documental "Saudade Pont.te para o Haití". (Plataforma PsF, 2015)

Los mensajes enviados desde Brasil no tenían una guía con una secuencia de preguntas, pero sí hubo una forma de direccionar, pues la intención del equipo fue que el tema de la nostalgia y la añoranza debía ser el hilo conductor. No obstante, los narradores podían hablar a su manera acerca de lo que les gustaría que sus compatriotas supieran sobre ellos o de lo que ellos más sentían al estar lejos de Haití. Se ofrecen algunos ejemplos de extractos de los mensajes seleccionados, se optó por no separarlos por temas.

Mensajes enviados para Haití:

- Bueno, yo tengo una tristeza. También una debilidad. Porque vivo fuera de mi país, que amo mucho y ese país es mi Haití querido. (H- Balneario Camboriú)
- Haití está en mis entrañas. Haití es mi hogar. Haití me dio a luz. Viví gran parte de mi juventud allí. Y hoy no puedo olvidar a Haití. (M- Balneário Camboriú- SC)
- Imagine un país donde los colores locales, realmente... guau! realmente son extraordinarios. Hay cosas que comemos que son muy buenas. Pero aquí nunca consigo encontrar una cosa que se llama "lambi". Las personas hacen "lambi" como pimenta. Esas cosas son realmente guau...muy ricas...! Me gustan mucho esas cosas, y siento falta de ellas. Hay otra cosa que uno llama de "lalo". Eso es realmente muy bueno! Cuando comes el "lalo" con arroz es algo, mis amigos, realmente muy sabroso! (H- B. Camboriú- SC)
- Diga lo que quieras, ser haitiano, no puedes decir que no te gusta el hígado duro. O un aguacate con Kassav, ¿entiende? Son comidas de nuestros ancestros. Nuestros padres nos dejaron estas costumbres. Y nosotros también debemos quererlas. Por otro lado, yo no las abandono. Puedo estar fuera, porque necesitamos viajar. Y no los estoy abandonando en Haití. Porque iré a festejar con ustedes. (H- Balneario Camboriú- SC)
- Yo siento que yo soy de Haití desde donde yo estoy. Pues hace mucho tiempo que dejé Haití. Yo estoy fuera de Haití desde 2008. Yo entré en la República Dominicana para estudiar. Yo me siento bien, pero vivir fuera no es

una cosa fácil. Pues se pasa por muchos problemas, muchas dificultades (...) Yo puedo decirles que ustedes que están en Haití, están mejor. Porque están en la casa de ustedes, están en paz. Aunque la situación sea complicada. Cuando se está fuera, la situación puede ser un poco mejor para nosotros. Pero les puedo decir, que aquí es realmente difícil. (H-Curitiba-Pr)

- A todos los haitianos que están fuera del país les gustaría volver a Haití, y vivir allá. Si tuvieran un poco de dinero para construir sus casas y cosas bellas en el país de ellos pero no pueden. Aún el mayor multimillonario haitiano que viva en los Estados Unidos, le gustaría ir a Haití. (H- Curitiba-Pr)

En contrapartida, las personas que estaban en Haití, en la ciudad de Puerto Príncipe, pudieron ver el documental; pudieron reflexionar en relación con lo que escucharon; pudieron ofrecer sus impresiones y luego se realizó la grabación.

Se seleccionan mensajes enviados desde Haití:

- ¿Los haitianos que se fueron a Brasil? Es una verdad que van a sentir falta de la tierra de ellos. Dos hábitos. Aquello que era hábito y realizaban todos los días, van a recordarlo siempre, se acordarán siempre de su hogar. Pero me gustaría llamar la atención de algo, que ellos siguen siendo haitianos. A cualquier lugar que ellos vayan van a continuar siendo haitianos, van a tener siempre la misma cultura. Van a ser siempre eso lo que llevan por dentro, que lo hacen ser haitianos. (M- Porto Príncipe Haití)
- Hay una gran relación afectiva entre Brasil y Haití. Cuando nosotros consideramos, por ejemplo, nuestra élite intelectual, casi toda ella está en la diáspora, solo un poco está aquí. Y esa que está aquí también busca una forma de irse. Y eso quiere decir que si todos nos vamos, si todos nosotros que acabamos de estudiar, nos vamos, nosotros que tenemos competencia, nos marchamos. Si todos nosotros que se supone que colocaríamos en orden el sistema, de crear nuevas condiciones de guiar y organizar para que las personas que están aquí vivan bien, si nos decidiéramos irnos... Es una sociedad que está en vías de desaparecer. (H- Porto Príncipe - Haití)
- Haití puede cambiar. Pero es un deseo que debemos tener, como digo yo, para poder vencer. Si ya nosotros luchamos en 1804 (hablo sobre la Revolución Haitiana). Si quisiéramos ahora, nosotros podremos llegar a algo realmente positivo. (M- Porto Príncipe- Haití)
- Y nuestro pueblo no está consciente de sus responsabilidades y hace cualquier cosa. Esta es una de las cosas que motiva y aumenta a cada día más la desesperanza por el lado de los haitianos para irse para Santo Domingo y después en Santo Domingo no encuentran nada y de ahí se van a Brasil... (H- Porto Príncipe Haití)
- Él quiere quedarse. Para sentirse haitiano y vivir con toda su familia. Para él poder continuar con todas esas cosas. Pero el deber lo llama. Debe buscar una vida mejor. Es lo que lo obliga a dejar su país y marcharse de él. (H- Porto Príncipe- Haití)

- Cuando ellos llegan tienen una cosa que les hace falta. ¿Qué es? Es el alma haitiana. Cuando llegan, van a luchar. Es como si tuvieran un sueño: voy a quedarme cinco años en ese país para mejorar mi situación. Para después volver a mi país. Y a veces la situación no mejora. Se quedan 15, 20 años trabajando. Cuando en ese país se matan de trabajar y muy duro. Después de eso, lo que queda de ellos ya cansados llegan a Haití. Dónde está el inconveniente para el país. Pues que todos esos cerebros, todas sus competencias, lo que sería mano de obra en otro país, se va. Es como la avalancha de nieve que pasa y se lleva todo lo que es bueno. (H-Porto Príncipe)

En los casos presentados existe una diferencia de momentos narrativos: los de Brasil mandan sus mensajes a partir de una propuesta inicial, los que están en Haití reaccionan ante las grabaciones realizadas. Por tanto, las respuestas no tratan sobre un tema y sí de diferentes situaciones surgidas a partir de la experiencia de ver y oír a aquellos que están fuera del país. Hay críticas en relación con los que parten y al mismo tiempo, se reconoce las razones, se reconoce por qué lo hacen.

Hay comprensión acerca de la noción de pertenencia, de lo que es ser haitiano, aparece en todas las conversaciones la seguridad de que aun estando lejos, ellos llevan consigo y accionan esa identidad cultural. Es como si estuvieran diciendo: nosotros que estamos aquí en Haití, estamos haciendo o queremos a hacer alguna cosa para cambiar nuestra realidad.

En las respuestas enviadas hay una especie de recado para que no se olviden de que son haitianos y a la vez, argumentan sobre los que están fuera:

- Y, cuando vuelven a Haití nos encanta verlos regresar. Es verdad que la situación del país es difícil. Pero cada vez que un haitiano regresa para su casa, para su país, lo hace sentirse feliz. (H-Porto Príncipe)

Se destaca otra idea, el documental ofrece un resultado a partir de la utilización de las tecnologías de la comunicación. Al mismo tiempo, en las sociedades donde se forman comunidades haitianas, en los espacios de convivencia, en las redes de solidaridad creadas por los inmigrantes, se hace uso de internet, de redes sociales, celulares, entre otros; esto contribuye a visibilizar y construir esas identidades culturales, que engendran y dan significados a las diásporas contemporáneas.

En este artículo se toma como referencia el significado asumido por Handerson (2015), para quien el término diáspora, "en el caso haitiano, está asociado a la movilidad transnacional como constitutiva del trayecto de vida de las personas y de los horizontes de posibilidades que tienen" (p. 54).

La tecnología digital de comunicación, los mensajes intercambiados mediante aplicaciones, y en el caso que se aborda, las videocartas, narrativas e imágenes en forma de video, enviadas para el país de origen, se pueden considerar espacios circulantes de añoranzas, memorias y recados para los conterráneos.

En el caso específico de las videocartas no se trata de amigos personales, se trata de haitianos que envían sus impresiones con relación a esa diáspora haitiana contemporánea. De ahí que se tiene una forma de comunicación, y al mismo tiempo, existe la posibilidad de investigar y abordar esa experiencia.

Al referirse a la utilización de las redes de comunicación entre inmigrantes haitianos en Brasil, a través de internet y de teléfonos celulares, Cogo (2014) resalta su importancia, como parte de las estrategias viabilizadoras de proyectos migratorios. Lo declara de esta manera:

Así la diáspora haitiana va a concurrir para la creación y mantenimiento de redes migratorias y el emprendimiento de proyectos de migración en el interior de esas redes, además, operan para la reutilización de vínculos socio-comunicacionales entre inmigrantes haitianos en diferentes espacios transnacionales, incluyendo Brasil y Haití.

En el caso de la inmigración haitiana, las redes migratorias evidencian, y al mismo tiempo revitalizan, el carácter familiar que viene caracterizando la planificación e implementación de proyectos migratorios de haitianos para Brasil. La interacción en redes migratorias puede favorecer la autoprotección y solidaridad en el curso migratorio la confrontación de las condiciones de inmigración encontradas en el país en relación con las demás naciones que abrigan la diáspora haitiana, en lo que se refiere a las ofertas de trabajo, niveles salariales, sistema de envío de remesas a Haití, condiciones de moradía. (Cogo, 2014, p.28)

Cuando envían sus mensajes para Haití los narradores de las videocartas describen la falta y la nostalgia que sienten de las comidas, de los condimentos y sabores de los alimentos y de cómo son elaborados, esos recuerdos se inscriben en códigos que son culturales y característicos de un conjunto de atributos que se construyen a lo largo de generaciones, por eso, uno comenta: "son comidas de nuestros antepasados. Nuestros padres nos dejaron..."

Cuando dicen que siempre serán haitianos o cuando en las respuestas llegadas desde Haití, algunos de los narradores expresan que estén donde estén siempre serán haitianos y los que están fuera del país sienten falta de su alma, es como una especie de ethos haitiano a lo que se refieren.

Y se dice ethos teniendo como áncora aspectos afectivos, estéticos y elementos valorativos, como una actitud subyacente al individuo y a la sociedad o a lo que quiera que se piense en términos de universo de significados cuando en las relaciones entre nosotros y los «otros» se diferencia aquello que marca en la manera de ser de determinados grupos sociales, a partir de elementos de esta o de aquella identidad cultural (Geertz, 2008).

Al hablar sobre la preferencia de las comidas de Haití, la expresión de gusto y deseo, los narradores transforman sus rostros y sus expresiones, son esas las memorias que están cercanas a su vida, fue así que escogieron recordar a su país. Candau (2005) hace reflexionar sobre esas manifestaciones de la memoria:

Esos aromas, memorizados, apuntan para una identidad compartida o, por lo menos, para la creencia en esa identidad compartida. En conclusión, si nuestros recuerdos

de los alimentos son duraderos, es también porque la cocina y la gastronomía son fortalezas para la conciencia de identidad. Y son así porque los aromas nunca pueden ser reducidos a una enumeración sencilla de las sustancias consumidas. (p.201)

Cuando los narradores hacen emerger sus sentimientos de nostalgia, de los colores, de sabores, de los aromas y de la gente de su país de origen, accionan elementos de sus memorias e identidades que remiten a lo que es ser haitiano, en el sentido de lo que se puede inferir, o sea, su identidad cultural colectiva los identifica como pertenecientes a la cultura haitiana, aunque estén fuera de su tierra natal.

Conclusiones

Al observar el audiovisual y transcribir sus textos, ronda una atmósfera poética de descubrimientos y enseñanzas sobre el otro, de alguna manera se presenta lo que se refiere a las memorias y narrativas acerca de desplazamientos. Se piensa en qué memorias y recuerdos asumen los diferentes grupos humanos cuando se producen cambios estructurales en sus vidas debido a la movilidad o procesos migratorios.

Como se ha dicho, aun tratándose de una discusión acerca de memorias afectivas, de las nostalgias y añoranzas acerca del país de origen, es importante considerar el contexto histórico en que se insertan las videocartas y sus sensibles narrativas, pues constituyen la posibilidad de ver al otro en su interioridad.

Se concluye con uno de los últimos mensajes de las videocartas: Uno conoce un proverbio que dice: toda hoja del platanal siempre crece. Y crece quedándose bien alta y viene a morir a las espaldas del pie del banano. Eso es un proverbio nuestro y creo que todos los haitianos ya lo conocen. (M- Puerto Príncipe, Haití).

Referencias bibliográficas

- Benjamin, W. (1991). Tese sobre a filosofia da história. En F. Kothe (org.), *Walter Benjamin*. Editora Ática
- Bosi, E. (1979). *Memória e Sociedade: Lembranças de velhos*. Editora T. A. Queiroz
- Bourdieu, P. (1993). La lógica de los campos. *Zona erógena*, 16, 39-43.
- Candau, J. (2005). *Antropologia da Memória*. Instituto Piaget
- Candau, J. (2021). *Memória e Identidade*. Editoria Contexto
- Cogo, D. (2014). Haitianos no Brasil: comunicação e interação em redes migratórias transnacionais. *Chasqui. Revista Latinoamericana de comunicação*, (125), 23-32. <https://www.redalyc.org/pdf/160/16057405003.pdf>
- Cuche, D. (2002). *A noção de cultura nas ciências sociais*. EDUSC
- Geertz, C. (2008). *A interpretação das culturas*. Editora LTC
- Gomes, Â. d. C. (2020). *Historia oral e historiografia*. Editora Letra e Voz

- Halbwachs, M. (2004). *Los marcos sociales de la memoria*. Anrhopos
- Handerson, J. (2015). Diáspora. Sentidos sociais e mobilidades haitianas. *Horizontes Antropológicos*, 21(43). <https://www.scielo.br/lj/ha/a/yGY4hRnhhXcNWHsD-TH7khRD/?lang=pt>
- Martins, L. H., & Baffi, D. E. (2015). Entrevista: Quandonde: Haiti, um relato de experiência em intervenção urbana. *O Mosaico*, 7(1). <https://periodicos.unespar.edu.br/index.php/mosaico/article/view/1658>
- Passerini, L. H. (2011). Feridas da memória: identidade feminina e violência política. En *A memória entre política e emoção*. Letra e Voz.
- Plataforma PsF (2015). *Saudade: Pon.te para o Haiti*. <https://www.performerssemfronteiras.com/saudade-pon-te-para-o-haiti>
- Pollak, M. (1992). Memória e identidade social. *Estudos históricos*, 5(10), 200-212. <https://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/download/1941/1080>
- Portelli, A. (2016). *História oral como arte da escuta*. Editora Letra e Voz
- Thompson, P. (1992). *A Voz do passado*. Editora Paz e Terra

23

Recibido: 2/12/2023

Aceptado: 20/01/2024

La dorada medianía en Pepita Jiménez

The golden mean in Pepita Jiménez

Yitong Liu

E-mail: yitoliu@ruc.deu.cn

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7847-4797>

Renmin University of China

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Liu, Y. (2023). La Dorada Medianía en Pepita Jiménez. . *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 168-172. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Pepita Jiménez es la obra maestra de Juan Varela, es una de las mejores y más importantes del siglo XIX en la historia de la literatura española. Es muy filosófica, con mucho análisis psicológico de los personajes. La novela encarna perfectamente el pensamiento de la dorada medianía de Aristóteles, que es una idea filosófica compartida por Occidente y Oriente, llamada doctrina de la medianía en el confucianismo. Desde este punto de vista filosófico, el autor aborda cuestiones de la vida, la religión y la humanidad y se ve bien reflejadas en esta obra las ideas clave de la ideología filosófica de la dorada medianía, que es la evitación de los extremos, búsqueda del término medio y la oposición al eclecticismo.

Palabras clave:

Pepita Jiménez, la dorada medianía, doctrina de la medianía, el término medio.

ABSTRACT

Pepita Jiménez is the masterpiece of Juan Varela, one of the best and most significant works of the 19th century in the history of Spanish literature. It is very philosophical, featuring extensive psychological analysis of the characters. The novel perfectly embodies the golden mean of Aristotle, which is a philosophical idea shared by both the Occident and the Orient, known as the doctrine of the mean in Confucianism. From this philosophical point of view, the author addresses issues of life, religion and humanity and is well reflected in this work the key ideas of the philosophical ideology of the golden mean, which is the avoidance of extremes, search for the middle way and opposition to eclecticism.

Keywords:

Pepita Jiménez, the golden mean, doctrine of the mean, the middle term.

Introducción

Pepita Jiménez es la obra maestra de Juan Varela de 1874, su primera novela y su mayor éxito. Esta obra está ampliamente considerada como una de las mejores y más importantes del siglo XIX en la historia de la literatura española.

Basada en una historia real ocurrida en la familia del autor, la obra cuenta la historia de Don Luis de Vargas, un seminarista que se prepara para la ordenación, que regresa a su ciudad natal de vacaciones y conoce a Pepita Jiménez, una joven y hermosa viuda. Gradualmente desarrolló sentimientos por ella, tras una feroz lucha psicológica, finalmente rompió las ataduras religiosas y se casó con ella. Esta obra invita a la reflexión sobre la relación entre la vida terrenal y la religión, y celebra la pureza del amor y la humanidad. Aunque no contiene detalles dramáticos ni acontecimientos fascinantes, el éxito de esta obra reside en su delicada y profunda descripción psicológica, su hábil combinación de escenas y personajes, así como su dominio de las técnicas del lenguaje (Mao, 2001, p. 95).

El éxito de *Pepita Jiménez*, según el propio autor, se debe también al espíritu conciliador y sincrético, que se manifiesta de modo instintivo, en un cuento alegre, que todos aceptan y aprueban, del que cada uno saca sus propias conclusiones (Valera, 1920, p. 10). Fue este espíritu conciliador lo que hizo tan popular esta obra en el siglo XIX, cuando todo estaba en fusión, en una brava ardía lucha entre los antiguos y los nuevos ideales (Valera, 1920, p. 10). Y este espíritu encarna la dorada medianía de Aristóteles, un pensamiento compartido por Occidente y Oriente, conocido como doctrina de la medianía en el confucianismo. Este espíritu contribuyó al éxito de esta obra en el siglo XIX y sigue dando orientación para el desarrollo de la sociedad actual, así como el comportamiento de las personas.

En cuanto a las investigaciones sobre elementos filosóficos de Pepita Jiménez, destacan Oleza (1995), Loud (1996), Navarro (2000), & Sánchez-García (2013), etc. Han tratado temas como el amor, el platonismo, la concepción krausista, etc., pero no han prestado atención a la dorada medianía, que es la verdadera esencia de esta obra. En este artículo partimos de los puntos compartidos entre la dorada medianía y la doctrina de la medianía, y analizaremos cómo se reflejan en la obra las ideas clave de esta ideología: la evitación de los extremos, la búsqueda del término medio y la oposición al eclecticismo (Yu, 2003, p. 17-19).

Resultados-discusión

El concepto de la dorada medianía tiene el encanto del pensamiento cultural occidental y oriental. Es un pensamiento común en la teoría filosófica de Occidente y Oriente, y ha influido en el proceso de desarrollo del mundo durante miles de años. Es fundamental para el pensamiento ético clásico occidental y oriental y refleja la intrínseca conexión espiritual de la humanidad.

En la antigua Grecia ya había la idea de la dorada medianía. Pitágoras dice en *Los Versos de Oro*: “*Es excelente utilizar la justa medida en todas las cosas.*” Demócrito pregona la “bella medianía” diciendo que “*cualquier de los extremos es peligroso*”. Sócrates enseña en la *República* que hay que saber “*elegir siempre el término medio y evitar, en*

la medida de lo posible, los extremos de uno y otro lado”. Aristóteles enfatiza este concepto y lo teoriza, proponiendo en *Ética a Nicómaco* que “*nuestra parte racional ha de encontrar un equilibrio que consista en un “punto medio entre el exceso y el defecto”*”.

En el confucianismo se desarrolla la doctrina de la medianía (中庸): “*Cuando la alegría, la ira, la tristeza y la felicidad aún no se manifiestan, se denomina 中 (medio/ neutro); cuando todo se manifiesta de forma moderada, se denomina 和 (armónico)*”. Cheng Yi dice que “*中 (medio/ neutro)*” implica no estar sobregado y “*庸 (ordinario/ habitual)*” se refiere a ser inmutable (Fu, 2012, p. 57). Zhu Xi funda su explicación sosteniendo que el “*中 (medio)*” es no estar sesgado ni inclinado, sin excesos ni defectos; el “*庸 (ordinario/ habitual)*” se refiere al razonamiento y la ley por la que el mundo funciona (p. 59).

La dorada medianía y la doctrina de la medianía tienen sus raíces en la Edad Axial, y se desarrollaron según su propia trayectoria en la China pre-Qin y la Grecia antigua. Se puede decir que Confucio y Aristóteles comparten puntos de vista similares y coinciden en las ideas clave del término medio, que representan la verdadera esencia que nos dejó este pensamiento, a saber: la evitación de los extremos, la búsqueda del término medio y la oposición al eclecticismo.

Estas ideas clave se reflejan en la obra de *Pepita Jiménez*. En la novela se emplean ricas descripciones psicológicas y técnicas literarias realistas, demostrando plenamente el espíritu filosófico de la dorada medianía. Desde este punto de vista filosófico, el autor aborda cuestiones de la vida, la religión y la humanidad, y lo expresa perfectamente en su obra. A continuación, analizaremos estas ideas clave reflejadas en *Pepita Jiménez*.

Evitación de los extremos

El autor comienza su narración identificando dos extremos de la situación que enfrenta el protagonista: el compromiso con la vida religiosa y la vida terrenal. En la primera parte de la novela, *Cartas de mi sobrino*, esta contradicción se inicia y se desarrolla. El protagonista, Don Luis de Vargas, se cree al principio que tiene firmes aspiraciones de ser clérigo y considera una blasfemia distraerse con asuntos mundanos, aunque **él mismo** se pregunta una vez si la devoción a la causa religiosa es una elección racional o está motivado por factores emocionales, al hacerlo presagia el sufrimiento en el que caerá más tarde.

“*Aunque indigno y humilde, me siento llamado al sacerdocio, y los bienes de la tierra hacen poca mella en mi ánimo. ...*” (Valera, 1920, p. 30)

“*Sin embargo, y aquí vuelve mi escrúpulo, mi propósito de ser clérigo o fraile, ... ¿proviene solo de mi menosprecio de las cosas del mundo, de una verdadera vocación a la vida religiosa, o proviene también de orgullo, de rencor escondido, de queja, ...? ...*” (p. 34)

Sin embargo, debido a su educación, sigue estar convencido de que tiene un fuerte fervor religioso y que la belleza terrenal debe verse como un signo, una hermosura divina. Pero poco a poco se da cuenta de que está yendo hacia el otro extremo y la oposición de los dos extremos lo

lleva a la reflexión racional y le provoca un escrúpulo que lo atormenta.

“... Tal ha sido hasta ahora mi fervor religioso, que no he sentido más amor que el immaculado amor de Dios. Confieso que algún sentimiento profano se ha mezclado con esta pureza de afecto.”(p. 46)

“No quiero yo que en mí el espíritu peque contra la carne; pero no quiero tampoco que la hermosura de la materia, ... me distraigan de la contemplación de la superior hermosura, y entibien ni por un momento mi amor hacia quien ha creado esta armoniosa fábrica del mundo.”(p. 45-46)

Teniendo la creencia de que el amor de Dios y el amor a las cosas mundanas como dos extremos incompatibles, Don Luis sufre mucho por la sensación de que la vulgaridad invade y penetra su vida, y su amor por Pepita Jiménez aumenta al máximo su sufrimiento.

“Al mirarnos así, hasta de Dios me olvido. ...” (p. 96)

“Si estoy cerca de ella, la amo; si estoy lejos, la odio. A su vista, en su presencia, me enamora, me atrae, me rinde con suavidad, me pone un yugo dulcísimo. ...”

“Quiero libertarme de esta mujer y no puedo. La aborrezco y casi la adoro. Su espíritu se infunde en mí al punto que la veo, y me posee, y me domina, y me humilla. ...”

“Sáqueme Vd. de aquí; Escriba Vd. a mi padre que me dé licencia para irme. Si es menester, dígaselo todo. ¡Socórrame Vd.! ¡Sea Vd. mi amparo!” (p. 100-101)

Al desarrollarse el amor por Pepita, se forma en el protagonista la dicotomía del amor a Dios y el amor mundanal. Si no hubiera desarrollado ese afecto por Pepita, el amor a Dios sería el único que conocería y no habría contradicciones ni extremos. Don Luis, siendo seminarista, no podía cambiar fácilmente de postura religiosa y la educación que recibió le hace aferrarse en el amor a Dios. Su sufrimiento proviene de la tenacidad, de optar por un extremo, de no ser capaz de ver la situación de forma flexible y de que las emociones se impongan a la razón.

De acuerdo con la dorada medianía, ningún extremo conducirá a la resolución y a la verdadera felicidad. Se debe saber evitar los extremos y actuar según las exigencias de la aurea mediocritas, lo que es la verdadera virtud. La virtud se destruye con el exceso y el defecto y se preserva en el término medio. El protagonista, controlado por las emociones, carece de la visión y la razón necesarias para obtener un reconocimiento objetivo del problema. Sufre por la incapacidad para conciliar el amor a Dios y el amor terrenal, por la incapacidad para encontrar el término medio entre los dos extremos y lograr la armonía interna. Por lo tanto, se debe evitar los extremos, la obstinación en los extremos solo traerá sufrimiento.

Búsqueda del término medio

Dado que la percepción del valor de la dorada medianía está influenciada por el estado subjetivo del individuo y el reconocimiento objetivo de la contradicción, controlar las emociones y elegir comportamientos de acuerdo con los requisitos del dorado término medio no es una tarea fácil.

La aurea mediocritas refleja un fuerte espíritu racional de la humanidad y requiere sabiduría.

En la segunda parte de la obra, *Paralipómenos*, la contradicción se disuelve. Después de mucha lucha interna y mediante constante autoanálisis y reflexión, finalmente, Don Luis reconoce que no es el siervo elegido de Dios y comienza a aflojar su obstinada adhesión al extremo y a reconciliarse. Este cambio de actitud anuncia la resolución del conflicto y refleja una profundización por parte del protagonista tanto en la autocomprensión como en el reconocimiento del propio conflicto.

“La verdadera virtud no cae tan fácilmente. ...si en realidad hubiera sido virtuoso, si hubiera tenido una vocación verdadera. Dios, que todo lo puede, me hubiera dado su gracia.... Reconozco mi indignidad. No era más que orgullo lo que me movía.”(Valera, 1920, p. 179)

“En cuanto a lo que él llamaba su caída antes de caer, fuerza es confesar que le parecía poco honda y poco espantosa después de haber caído. ... que había sido un producto artificial y vano de sus lecturas, de su petulancia de muchacho y de sus ternuras sin objeto de colegial inocente.” (p. 183-184)

Aunque Don Luis ha abandonado sus ideales y se cree derrotado, esta es en realidad la clave para liberarse de su sufrimiento y encontrar finalmente el camino hacia la felicidad: casarse con Pepita y ser una pareja respetuosa, amorosa y al mismo tiempo, devota. Esta resolución demuestra el espíritu conciliador de la dorada medianía, lo que también es gran sabiduría.

“Don Luis apelaba a otro género de humildad cristiana para justificar a sus ojos lo que ya no quería llamar caída, sino cambio. Se confesaba indigno de ser sacerdote, y se allanaba a ser lego casado, vulgar, un buen lugareño cualquiera, cuidando de las viñas y los olivos, criando a sus hijos, pues ya los deseaba, y siendo modelo de maridos al lado de su Pepita.”(p. 184)

“Don Luis pensó desde luego en sustituir el antiguo y encumbrado ideal con otro más humilde y fácil. ...fundando en el lugar que le vio nacer un hogar doméstico, lleno de religión, que fuese a la vez asilo de menesterosos, centro de cultura y de amistosa convivencia, y limpio espejo donde pudieran mirarse las familias; y uniendo, por último, el amor conyugal con el amor de Dios para que Dios santificase y visitase la morada de ellos, haciéndola como templo, donde los dos fuesen ministros y sacerdotes, ...”(p. 190)

La Medianía indica que se debe adoptar un término medio al abordar los problemas, pero el enfoque específico puede variar dependiendo de la persona y la situación, especialmente cuando se trata de temas complejos. Según Aristóteles, existen dos tipos de medianía: la medianía absoluta y la medianía relativa. La vida real es muy compleja que no existe un término medio absoluto. Por lo tanto, el término medio elegido en la vida real es siempre un término relativamente medio. En el dilema de Don Luis, no hay para él un término medio absoluto. Aparentemente, traicionó sus ideales y eligió el amor por Pepita, sin embargo, esta es la máxima expresión de la virtud, de no engañar ni a Dios ni a él mismo. A pesar de su angustia, su decisión final es la

mejor solución que puede encontrar y cumple con los requisitos del dorado término medio.

El espíritu básico de la dorada medianía requiere que las personas hablen y actúen de acuerdo con una justa medida, y eso consiste en la encarnación de la virtud humana. La actuación conforme al “justo término medio” o la “virtud” requiere de un cierto tipo de sabiduría práctica a la que Aristóteles llama “prudencia” en *Ética a Nicómaco*. Respecto al sufrimiento, reaccionar desmedidamente implica imprudencia, mientras que no actuar supone cobardía, solo la moderación es apropiada y se manifiesta como valentía. Ante la complejidad de la cuestión que enfrenta, la decisión final que toma Don Luis es la forma de actuar más ética y refleja la sabiduría y la virtud de la justa medida.

Oposición al eclecticismo

De hecho, es un gran malentendido por parte de algunos estudiosos afirmar que la dorada medianía predica esencialmente el eclecticismo. El eclecticismo en filosofía se refiere a una perspectiva filosófica que no tiene una posición independiente propia, sino que simplemente reúne varias ideas y teorías diferentes sin principios para lograr cierta armonía o coherencia aparente. En cambio, la dorada medianía representa las leyes fundamentales de la existencia y desarrollo de las cosas, lo que sugiere es el equilibrio y la verdadera armonía, un término medio finalmente logrado entre dos partes contradictorias e interdependientes de una cosa por su oposición y unificación en determinados puntos o aspectos.

El final de la novela, *Epílogo*, destaca la idea de que la única virtud consiste en el dorado término medio, enfatizando su diferencia al eclecticismo. La resolución de Don Luis no es eclética, siguen siendo cristianos devotos y siguen creyendo en Dios. Solo que ya no tiene que elegir entre el amor a Dios y el amor al mundo terrenal. Encontró el punto de equilibrio sin violar el código moral social. No puede ser sacerdote, pero entiende que el hombre puede servir a Dios en cualquier estado o condición y combinar la fe viva y el amor a Dios con el amor a las cosas terrenales. Renunció su ideal, pero logró el equilibrio y la armonía en la vida, encontró el término medio y la felicidad verdadera.

“No imagines, sin embargo, que la afición de Luis y de Pepita al bienestar material haya entibiado en ellos, en lo más mínimo, el sentimiento religioso. La piedad de ambos es más profunda cada día, y en cada contento o satisfacción de que gozan o que pueden proporcionar a sus semejantes ven un nuevo beneficio del cielo, por el cual se reconocen más obligados a demostrar su gratitud. ...” (Valera, 1920, p. 215-216)

“...pero tanto él como Pepita siguen con gran devoción cristiana dando gracias a Dios por el bien de que gozan, y no viendo base, ni razón, ni motivo de este bien, sino en el mismo Dios.” (p. 217)

La dorada medianía enfatiza el punto medio entre los extremos y no se refiere a una reconciliación sin principios de cosas contradictorias que nunca podrán ser unificadas, sino más bien a una medición justa del grado de las cosas en conflicto. Para Aristóteles, la virtud está en el justo

término medio entre el exceso y el defecto, se debe elegir acciones que cumplan con los requisitos de los principios sociales y morales. Para encontrar este término medio, el hombre siempre debe mantener la racionalidad al abordar las relaciones sociales para no actuar basándose en las emociones. Y hay que tener en cuenta que la medianía no implica eclecticismo en absoluto.

Conclusiones

Siguiendo su creencia de “el arte por arte”, el autor crea con esta obra un mundo lleno de meditación y filosofía. El final de la novela está en consonancia con el rótulo del legajo: *Nescit labi virtus*. ¿Qué es la virtud? El escritor contesta a esta pregunta relatando la historia de Don Luis de Vargas y Pepita Jiménez, una historia sobre la dorada medianía.

La dorada medianía occidental y la doctrina de la medianía oriental nacieron en diferentes regiones y no son exactamente iguales, pero tienen el mismo espíritu nuclear, que consiste en la evitación de los extremos, la **búsqueda del término medio y la oposición al eclecticismo**. Indican que el exceso es tan malo como la insuficiencia, y para encontrar el término medio se requiere el espíritu de racionalidad y la sabiduría. Nuestro análisis muestra que todos estos elementos están bien revelados en este trabajo.

Hay muchos elementos filosóficos en esta obra y el esencial es el concepto de la dorada medianía. Esta novela es un recordatorio de la sabiduría común de la humanidad, el espíritu del dorado término medio guio y continúa guiando el comportamiento humano y el desarrollo social. La búsqueda del término medio es un proceso de corrección constante en el trato con las personas, así como las relaciones sociales, con el objetivo de lograr el equilibrio y la armonía verdadera. Esta idea filosófica es compartida tanto por Occidente como por Oriente, lo que demuestra las similitudes compartidas entre las civilizaciones humanas.

Referencias bibliográficas

- Fu, P. (2012). *Gran Aprendizaje y Doctrina de la medianía*. Shanghái. Orient Publishing Center.
- Loud, M. (1996). El amor platónico en Pepita Jiménez. *Hispania*, 400-410.
- Mao, C. (2001). Características artísticas de Pepita Jiménez. *Journal of Xi'an Foreign Languages University*, (9), 95-98.
- Navarro, A. (2000). De la topología del alma en Pepita Jiménez y de sus fuentes. *Actas del XIII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas*, (2), 329-337.
- Oleza, J. (1995). Don Juan Valera: entre el diálogo filosófico y el cuento maravilloso. *Juan Varela, creación y crítica: actas del VIII Congreso de Literatura Española Contemporánea*, 111-146.
- Sánchez-García, R. (2013). “Nosce Te Ipsum”: Principios filosóficos en la construcción novelística de “Las ilusiones del doctor Faustino” y “El Comendador Mendoza” de Juan Valera. *Hispania*, 493-504.
- Valera, J. (1920). *Pepita Jiménez*. Appleton and Company.

Yu, S. (2003). Comparación de la doctrina de la medianía de Confucio y la dorada medianía de Aristóteles. *Journal of Peking University (Philosophy & social Sciences)*, (40), 16-22.

Influencia de las actividades recreativas en la calidad de vida de los adultos mayores

Influence of recreational activities on the quality of life of the elderly

Maitte Bermúdez Chaviano¹

E-mail: mbermudez@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8337-3018>

Yoelvis Vega Pérez¹

E-mail: esyuelvis1276@nauta.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5738-0225>

Yeney Calderón Villa¹

E-mail: ycalderon@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1506-3130>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Bermúdez Chaviano, M., Vega Pérez, Y., Calderón Villa, Y. (2024). Influencia de las actividades recreativas en la calidad de vida de los adultos mayores. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 173-179. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La presente investigación se desarrolló con el objetivo de determinar la influencia de las actividades físico-recreativas que realizan los adultos mayores que asisten al círculo de abuelo de Buena Vista, orientadas a mejorar su calidad de vida. Se realizó un estudio descriptivo, la población investigada fueron 30 personas y para las historias de vida se estudiaron dos casos paradigmáticos de adultas mayores que asisten al grupo. Las técnicas que se utilizaron fueron: revisión documental que nos permitió obtener datos sociodemográficos del grupo, la encuesta no estructurada con la cual pudimos recopilar información sobre los beneficios de las actividades físico recreativas, la observación permitió verificar directamente las actividades que se desarrollan en los encuentros, establecer relación directa con los informantes y finalmente construir las historias de vida que permitieron ampliar y profundizar el esfuerzo de investigación en relación a los objetivos propuestos. Los resultados obtenidos en esta investigación nos indican que las actividades físico recreativas que se realiza en el grupo influyen de forma positiva en la mejora de la calidad de vida de los asistentes a dicho grupo, la observación, encuesta y los testimonios afirman que sus vidas han cambiado, mejorando su autonomía, memoria, alegría y capacidad para relacionarse con la sociedad.

Palabras clave:

Actividades recreativas, Adultos mayores

ABSTRACT

The present investigation was developed with the objective of determining the influence of recreational physical activities carried out by older adults who attend the Buena Vista grandparents' house, aimed at improving their quality of life. A descriptive study was carried out. The population investigated was 30 people and for the life stories, two paradigmatic cases of older adults who attend the group were studied. The techniques that were used were: documentary review that allowed us to obtain sociodemographic data of the group, the unstructured survey with which we were able to collect information on the benefits of recreational physical activities, observation allowed us to directly verify the activities that take place in the meetings, establish a direct relationship with the informants and finally to build the life stories that allowed the research effort to be expanded and deepened in relation to the proposed objectives. The results obtained in this investigation indicate that the recreational physical activities carried out in the group have a positive influence on the improvement of the quality of life of those attending said group, the observation, survey and testimonials affirm that their lives have changed, improving their autonomy, memory, joy and ability to relate to society.

Keywords:

Recreational activities, Older adults.

Introducción

A nivel internacional el fenómeno del envejecimiento poblacional ocupa espacios de reflexión y debate científico, a tono con los adelantos científico y tecnológicos, que abordan desde miradas de alertas la situación de cómo se incrementa progresivamente la longevidad; y en ello Organizaciones internacionales como la Organización Mundial de la Salud (2020) advierten de las causas esenciales que afloran en la extensión de la esperanza de vida, la disminución de la mortalidad y el descenso de la fecundidad.

En Cuba se reconoció por la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI, 2019), que la población de adultos mayores, tuvo una tendencia a incrementarse ininterrumpidamente; situación que se mantiene de forma similar en la actualidad y que obedece a las advertencias formuladas por la OMS (2015).

Desde esa mirada a la longevidad humana satisfactoria, las políticas de salud en Cuba, reconocen la prioridad en la atención a ese grupo poblacional, luego, inducen a para la búsqueda de soluciones que conlleven a un envejecimiento satisfactorio, y ponderan la idea de reconocer a Cuba es uno de los países más envejecidos de América Latina, ante la proyección de tener en 2025 la población más longeva del continente; así señalan que la mayoría de los centenarios conviven con su familia, son alegres, tienen buen sentido del humor, alta confianza en sí mismos y adaptabilidad a la vida, son optimistas, comunicativos y afrontan los problemas: González (2011); Casanova (2014).

La valoración que hace una persona de sus condiciones materiales y espirituales de vida expresadas en tres dimensiones fundamentales: salud, condiciones socioeconómicas y satisfacción por la vida se define como calidad de vida: Naranjo, et. al. (2015); aspecto que en los adultos mayores sitúa la autonomía, la seguridad económica, las condiciones de la vivienda y la satisfacción por la vida en correspondencia con las necesidades espirituales propias de la edad; definición aplicable al desarrollo de la vida, la capacidad funcional y la longevidad, que deberán articular con una adecuada salud.

El programa de atención al adulto mayor en Cuba, considera la implementación de estrategias para incrementar la natalidad y mejorar las condiciones y la calidad de vida en la tercera edad, y en sus acciones se ofrece una atención diferenciada, sistemática y eficaz que permite la proyección de un nivel óptimo de bienestar como evidencia del papel adaptativo en el afrontamiento a la vejez, con énfasis en la longevidad satisfactoria: (Villafuerte, et al., 2017); y en ello estos autores asumen el papel de la actividad físico recreativa a esos fines.

Varios autores concuerdan en la definición de envejecer: Casanova (2014), Villafuerte, (et al., 2017), y la sumen como aquel proceso activo, ascendente, natural, inevitable, que propicia transformaciones a nivel biológico, corporal, psicológico y social; con la condición de ocurrir y estar delimitado por el tiempo; luego, se muestra de forma diferente en cada ser y cronológicamente el envejecer se proyecta en un continuo dialéctico.

El fenómeno del envejecimiento ocupa espacios de reflexión y debate entre investigadores del tema: Martínez, et al., (2018); quienes aluden a una característica que lo identifica: los cambios; y en ese sentido reconocen los cambios a nivel biológico, psicológico y social, que implican limitaciones en su autonomía personal, en la calidad de vida, y en el desarrollo de una longevidad satisfactoria.

(Lanz, et al., 2019); Ares (2020) reconocen varios factores que influyen en el desarrollo del envejecimiento: hábitos de alimentación no adecuados, el stress, las enfermedades crónicas no trasmisibles como la Hipertensión, diabetes, obesidad, cardiopatías, el consumo de tabaco y alcohol, la soledad, la exclusión socio laboral y familiar, el sedentarismo, mala higiene y poca actividad física; y en esa dirección exponen que asumir la cultura de la longevidad facilitaría que los adultos mayores puedan vivir más y pos de una longevidad satisfactoria.

Para ese fin, estudiosos del tema consideran en primer orden que los adultos mayores deberán tener salud; y para ello se deberán tomar acciones que favorezcan la prevención de las enfermedades, la independencia física y mental, buenos hábitos de alimentación e higiene, la participación social, y la realización de una actividad física que evite el sedentarismo, permitiendo, entonces que se logre la calidad de vida de los adultos mayores: (Quintana, & Juanes 2021; Rodríguez-Gutiérrez, et al., 2022; y Mesa, et al., 2022); sin embargo en sus doctrinas ponderan para ese fin la realización de actividades físico recreativas que articulen movimientos físicos con acciones mentales a través de juegos participativos.

El posicionamiento de la autora de este trabajo alude a la actividad física recreativa como una actividad de interés saludable y social que influye positivamente en la calidad de vida en los adultos mayores; en tanto, dicha actividad permite el mejoramiento de capacidades y habilidades, el mantenimiento de la fuerza y la movilidad, la conciliación del sueño, y la presentación de estados de ánimo positivos, la prevención de enfermedades y las relaciones sociales y personales.

Desde esa mirada, considera la autora que la proyección de las actividades físico recreativas destinadas a los adultos mayores deberán fundamentarse en la gestión de los conocimientos que socialicen valores, salud y bienestar, equidad e inclusión general a ese grupo de la población y para ese fin se identificar intereses comunes que conlleven al disfrute, la satisfacción personal y la integración social, todo lo cual posibilita el cumplimiento de las políticas cubanas que otorgan prioridad a los adultos mayores.

En ese interés, las actividades físico recreativas destinadas a los adultos mayores deberán ser planificadas a partir de la realidad objetiva del mundo en que se viven esas personas; por tanto en la concepción de dichas actividades se consideró una concepción que las identifica como aquellas que favorecen la satisfacción de las necesidades de descanso a través de las dinámicas de carácter físico recreativo, elegidas según posibilidades de realización en pos de proporcionarles alegrías, aprendizajes, y placeres; en ese interés las actividades físico recreativas se realizarán

considerándose una intención recreativa, lúdica, compensatoria, de ocupación mental, disfrute socioemocional.

Asimismo, se consideró que las actividades físico recreativas dirigidas a los adultos mayores, se realizaran a partir de ciertos requisitos, como: la aprobación de los participantes, quienes lo harán de forma espontánea en una su elección libre, bajo un en un clima de alegría y de entusiasmo, en espacios que reúnan las condiciones de oferta de un de satisfacción, entretenimiento, descanso, placer personal; además consideraran actividades de tipo deportivas, físicas, culturales, sociales, artísticas al aire libre y de aventuras, todo lo cual exige organización, planificación y control de quienes las promocionan y asumen la responsabilidad de ejecutarlas.

En esa dirección las actividades físico recreativas dirigidas a los adultos mayores, asumen las doctrinas de la inclusión al facilitarles aprendizajes desde el reconocimiento de sus posibilidades y potencialidades al contribuir con la calidad de sus vidas, y en ello, resulta esencial, desde la toma de posición de la autora el reordenamiento de dichas actividades físico-recreativas, con un carácter lúdico y que se lleven a vías de hecho mediante juegos que deberán ser sustentados en una organización planificada y ordenada, considerándose en ello, las ventajas de la actividad físico recreativa para ese fin, observadas en la promoción del respeto, las empatías, el poder liberar y/o a contrarrestar tensiones propias de la vida cotidiana, la compensación de habilidades físicas y mentales; y para ese fin será necesario tener conocimientos acerca de las necesidades, preferencias y gustos de los adultos mayores.

El gusto, es aquella cualidad que determina los intereses individuales, sin tener presente el grado de conocimientos, habilidades o hábitos para la práctica de las actividades físico recreativas durante el tiempo libre; los intereses, tienen una relación estrecha con el gusto, y dependen de las individualidades de los individuos, condicionadas por las actitudes, según los contextos de actuación personal y social; y las preferencias, se consideran desde sus gustos y sus intereses, mientras las necesidades, responden a aspectos objetivos y subjetivos propios de las características de esa etapa de la vida.

Llegado a este punto, la autora consideró que las actividades físico recreativas dirigidas a los adultos mayores, necesitan de una correcta planificación a partir de s demandas de estos y las ofertas de los profesionales que asumen la responsabilidad de cuidarlos y protegerlos; en las demandas la esencia radica en los gustos, intereses y necesidades; y en la oferta prima la toma de decisiones, para lograr el efecto esperado; en ello es vital, la utilización de juegos físico recreativos que satisfacciones en los adultos mayores.

Desde esa idea el objetivo de este trabajo es exponer actividades que pueden ser utilizados para la recreación de los adultos mayores, en correspondencia con las políticas sociales y saludables en pos una calidad de vida y una longevidad satisfactoria.

Materiales y métodos

El presente estudio fue descriptivo porque permitió conocer las características e influencia de las actividades físico-recreativas sobre la calidad de vida de los adultos mayores. El trabajo se desarrolló en el Círculo de Abuelos de Buena Vista, tomándose como muestra 30 abuelos que se encuentran incorporados a las actividades físico-recreativas que se desarrollan en los círculos de abuelos y clases con el adulto mayor. Durante el desarrollo de la investigación se realizaron diferentes observaciones a las actividades físico-recreativas realizadas.

Resultados-discusión

Las actividades físico recreativas ayudan a mejorar la calidad de vida del adulto mayor, permitiendo distracciones, ayudando a la motricidad, al desarrollo de grandes movimientos, también a nivel psicológico porque por medio de estas actividades pueden eliminar tensiones, miedos y estrés, asistir a estos centros los hacen olvidar de preocupaciones y muchas veces depresiones por el abandono de sus hijos.

Dichas actividades físico recreativos les ayudan como terapia de rehabilitación, recuperación física y emocional, el envejecimiento demanda de atención permanente, muchas veces por el abandono de sus seres queridos sumándole a esto la dificultad para realizar actividades cotidianas, esto causa problemas a nivel cognitivo y de motricidad, es por ende que estos centros ayudan a que el adulto mayor mejore su calidad de vida haciéndolo sentir nuevamente parte de la sociedad.

En nuestra sociedad se ha podido desarrollar programas que integran a los adultos mayores como el "Sistema integral de atención al adulto mayor", el mismo que permite a las personas mayores de 65 años en diferentes centros barriales realizar talleres y establecer actividades físicas, recreativas, de salud y de inclusión en la sociedad, todo esto para mantener activas en todos los ámbitos y mejorar la calidad de vida de estas personas.

En la actualidad, la sociedad conoce de la existencia de este programa en nuestra ciudad, pero ignora sobre la gran importancia e impacto que tiene en las vidas de los adultos mayores que asisten a estos centros y las actividades que en este programa se realizan.

Dicho esto, para que la sociedad conozca de forma clara el impacto de actividades físico recreativas en la calidad de vida de los adultos mayores, se pretende mediante esta investigación, obtener evidencias importantes con la finalidad de dar a conocer que dichas actividades tienen relación directa con el estilo y la calidad de vida de los adultos mayores.

La investigación está enfocado en resaltar como los adultos mayores van teniendo cambios conforme avanzan su envejecimiento, además de que la mayoría de ellos viven solos sintiendo abandono, tristeza y muchas veces soledad, siendo personas que necesitan el apoyo de su familia y muchas veces quedan olvidados, es muy importante conocer el ambiente social en el que se desarrolla el adulto

mayor y los motivos por los que asiste al grupo, por tal motivo se puede determinar las diferentes necesidades que atraviesa el adulto mayor y formar estrategias para mejorar la calidad de vida tanto en el ámbito social como familiar; los adultos mayores que asisten a los diferentes centros van para compartir con personas de su misma edad, realizando actividades como canto, manualidades, baile, ejercicios de relajación, entre otros, manifiestan que esto les ayuda a estar en un ambiente social y no a quedarse solos en sus hogares.

El motivo fundamental de realizar este estudio, es verificar que las actividades físico recreativas que se realiza en los adultos mayores ayudan a mejorar la calidad de vida, incluyendo su salud física, estado psicológico, emociones entre otras, haciendo que las personas que asisten a estos grupos se llenen de emociones, alegría y felicidad, generando un ambiente de distracción y sociabilización superando de mejor manera las dificultades o limitaciones personales y de su entorno.

La actividad física y recreativa en el adulto mayor contribuye al mejoramiento de su calidad de vida. Está demostrado que garantiza al que lo practica un aspecto más saludable y estético, permite conservar mayor fuerza vital y física previniendo de esta forma algunas patologías. La vejez se refiere a un estado relativamente largo, ya que puede corresponder a casi la tercera parte de la existencia, y además constituye el último escalón del ciclo vital (Aguilera, 2017).

Promover una vejez sana, no es tan sólo asegurar la alimentación, la salud, confort habitacional e higiene; muy importante es también una vida útil, productiva e independiente. Existe la creencia extendida en varios sectores de la población, de que las personas mayores carecen de importancia en un mundo acelerado, globalizado y cada vez más industrializado como es el mundo actual.

En atención a la tercera edad, cada día un concepto se abre paso: "hay que empezar a comprender y cuidar a los ancianos en el seno de la familia como célula básica", y de esa manera conseguiremos una mayor participación de ellos en la sociedad (Padrino, 2017).

En Cuba se están promoviendo numerosas acciones a favor del estudio y atención al adulto mayor, como: actividades lúdicas con personas mayores para la mejora de la salud y la calidad de vida (Herrador, 2020), diferentes programas de ejercicio y sus efectos en la salud y calidad de vida en adultos mayores activos (Sierra, 2020), entrenamiento funcional en parques saludables y medio urbano para mayores (Muñoz, 2020), promoción de actividades físicas para un envejecimiento saludable (Espinosa, 2020). Sin embargo, se debe contribuir a la búsqueda de otras vías que enriquezcan la atención a la ancianidad, desde una perspectiva social, donde se logre la elevación de la calidad de vida del adulto mayor, a través del intercambio, la socialización, el entretenimiento sano y la recreación, entre otros aspectos.

Actividades recreativas en adulto mayor

El adulto mayor empieza a tener mayor tiempo libre y acude a diferentes grupos donde realizan diferentes tipos de actividades recreativas que ofrece lo siguiente: costura,

tejido, actividades manuales, arte, actividades plásticas, entre otras, esto ayuda al adulto mayor a distraerse y a mantenerse en un ambiente de socialización con personas de su edad, claro esto no debe ser obligatorio, sino que el adulto mayor debe asistir a estos grupos por voluntad propia, para así disfrutar de otro tipo de ambiente.

- Tejer

Entrelazar lana por medio de la ayuda de un crochet o agujones formando así diferentes obras de artes como: tapetes para la sala, sacos, zapatos, escafpines entre otras; esto permite que el adulto mayor mantenga en movimiento las manos y piense lo que va a realizar saliendo así de su rutina y compartiendo con personas de su edad su habilidad.

- Bordar

Consiste en utilizar varios hilos de diferentes colores, para impregnar algún diseño o figura en tela ya sea en blusas, fundas de almohada, tapetes, entre otras.

- Pintura

Pueden plasmar sus ideas en telones, hojas o inclusive en cerámica, demostrando su arte aparte de intercambiar ideas, integrándose con personas de su edad que los comprenden.

- Actividades plásticas

Aprenden a realizar figuras de materiales reciclados, esto les permite que se desenvuelvan de mejor manera mejorando su motricidad, aparte de eso estas manualidades que crean venden con lo que generan ingresos para su hogar.

- Festivales recreativos

Los festivales recreativos ayudan al adulto mayor porque aquí se muestran sus dibujos, pinturas, manualidades, tejidos, además de compartir en grupo con participación de danza, música y concurso de chistes, ayudando a sentirse con ellos mismos bienestar y satisfacción en lo que realizan.

- Los juegos recreativos

Mejoran la incorporación del adulto mayor a las actividades recreativas que se desarrollan en la comunidad. La investigación demuestra la necesidad de incluir juegos para diferentes manifestaciones atendiendo las características y particularidades del adulto mayor.

Para el desarrollo del trabajo se asumen cinco juegos físico recreativos que pueden emplearse para la satisfacción de los adultos mayores, a partir de la consulta a la obra de autores como: (González 2011; Quintana y Juanes, 2021), adaptados a los intereses de este trabajo.

- Juego 1: papalotes divertidos

Objetivo: propiciar un espacio recreativo que contribuya a la actividad física a partir de establecer relaciones intergeneracionales entre los adultos mayores y los adolescentes.

Materiales: papel o cartulina fina, hilos, güin de caña, goma de pegar, papel de colores.

Organización: en la organización de este juego se deberán tener presente la búsqueda de un local que permita la confección de los papalotes de manera conjunta y garantizar los materiales necesarios.

Desarrollo: se organizarán equipos según la cantidad de participantes, quienes disponen de un tiempo para confeccionar los papalotes.

Reglas: los papalotes deberán ser confeccionados a la vista de todos.

Gana el equipo que termine primero

Variantes: Pueden traer los papalotes confeccionados y el juego consiste en crearles adornos distintivos.

- Juego 2: pelota por el túnel.

Objetivo: mejorar la orientación, precisión y coordinación.

Materiales: balones.

Organización: se divide el grupo en dos o más equipos, se colocan en hileras y el primero tiene en sus manos un balón, separado 1m., y de frente a su equipo.

Desarrollo: al darse la señal, el portador del balón lo lanza en forma rodada por entre las piernas de sus compañeros, el último lo atrapa, pasa al frente y continúa la actividad, el que lanzó el balón se pone delante de su equipo.

Reglas: no lanzar el balón delante de la línea de lanzamiento, no se puede correr y gana el equipo que todos sus integrantes realicen la actividad.

- Juego 3: pasando la pelota.

Objetivo: desarrollar la fuerza y la rapidez.

Medios: pomos rellenos con agua.

Organización: frontal en equipos en forma de círculo.

Desarrollo: el juego consiste en pasarse la pelota al sonido del silbato, el profesor debe estar de espaldas y contar hasta 20 segundos y a la orden de ya virarse el que se quede con el pomo tiene un castigo, cada vez que se pasen debe hacer una semicucullilla.

Reglas: no se debe tirar el pomo en el momento de pasarlo, cuando se dé la orden de parar, no pasarse, es obligatorio hacer la semicucullilla antes de pasarse el pomo y no se debe pasar en sentido contrario.

- Juego 4: busca una pareja.

Objetivo: Desarrollar la rapidez.

Medios a utilizar: pañuelos.

Organización: dos equipos formados en hileras y al final del terreno una fila de jugadores sacados de estos equipos.

Desarrollo: a la señal del profesor el primer jugador de cada equipo saldrá caminando lo más rápido posible o de acuerdo a sus posibilidades y al llegar a la fila del final del terreno deberá tomar una pareja y unirse a su mano empleado un pañuelo previamente preparado; al volver al equipo, tocará al próximo jugador, todos realizarán la misma actividad de forma sucesiva.

Regla: gana el equipo que primero tenga todas las parejas.

- Juego 5: si la atrapas, sales.

Objetivos: lanzamiento del balón sin que sea atrapado por el jugador del medio.

Medios: una pelota de mini fútbol.

Organización: se realiza un círculo con diez compañeros y uno en el centro.

Desarrollo: la pelota se puede lanzar lo más rápido posible y a todo lo largo y ancho del círculo, el jugador que se encuentra en el centro intentará atraparla y si lo logra el compañero que realizó el lanzamiento se colocará en el centro hasta que pueda atraparla. En caso de que la pelota salga del límite del círculo, el compañero que se encuentra en el medio deberá permanecer en el lugar y otro compañero buscará el balón.

Reglas: gana quien permanezca menor cantidad de tiempo dentro del círculo y el balón solo se debe lanzar a la altura del pecho.

- Aeróbicos

Los aeróbicos son realizados por personal capacitado que realiza movimientos que se realizan en la vida cotidiana para así mejorar el estado de salud y coordinar los movimientos. Con el ejercicio aeróbico habitual se consigue como vemos la mejora de dos de los cuatro elementos fundamentales de la condición física, la resistencia cardiovascular y la resistencia muscular. El corazón se fortalece y se adapta a trabajar más relajadamente y con menos desgaste tanto durante la actividad como durante el reposo y a recuperarse más rápido de cualquier esfuerzo. La flexibilidad de los vasos y su capacidad para hacer circular la sangre experimenta también cambios positivos como consecuencia del ejercicio aeróbico habitual.

- Danza

Expresa los sentimientos, por medio de movimientos coordinados siguiendo un compás y ritmos musicales sin importar la música que se desee interpretar, los adultos mayores en la actualidad se presentan en varios eventos presentando sus bailes y el sentimiento que ponen en cada una de sus presentaciones sintiéndose importantes con ellos mismos, con sus familiares y con la sociedad.

- Paseos y caminatas

Los adultos mayores disfrutan de paseos, convivencias, caminatas que les ayudan a distraerse y a relajarse sintiendo bienestar tanto físico como emocional, ahí comparten nuevas experiencias con personas de su edad que los comprenden y los ayudan a mejorar su calidad de vida.

Beneficios de las actividades recreativas en el adulto mayor

Las actividades recreativas abarcan en lo que es mejorar la calidad de vida y como sabemos influye en elevar el grado de autoestima, la socialización, capacidad de razonamiento, mejoramiento de la memoria por medio de vivencias positivas, tomar decisiones, entre otros valores, ayudando a invertir su tiempo libre de una manera productiva.

- Beneficios psicosociales

Es importante porque mejora la autoestima, los ayuda a desenvolverse en un ambiente social con personas de su misma edad, disminuyendo tensiones y haciéndolos

más independientes en sus labores como en su toma de decisiones.

- Beneficios psicológicos

Por medio de los talleres de actividades recreativas ayuda al mejoramiento de la memoria a través de experiencias vivenciales, mejorando así el estado de ánimo del adulto mayor.

- Beneficios sociales

Ayuda acoplarse mejor a un grupo, compartiendo vivencias con personas de su misma edad, permitiendo que se integre a la participación de actividades nuevas, generando sentimientos de autoestima haciendo sentir útil a pesar de que los años avancen, el envejecimiento es una etapa en el ciclo de nuestra vida, la cuestión es realizar actividades que nos ayuden a querernos a nosotros mismos y sentirnos útiles tanto individualmente, familiar y social.

Síntesis acerca de las actividades propuestas

Las propuestas que se proponen a los factores que están vinculados al trabajo integrado, específicamente a los encargados en el sentido de brindar actividades físico recreativas para los adultos mayores se aportan actividades, que, de utilizarse adecuadamente, será sin dudas un material didáctico a tener en cuenta para la realización de las actividades físico-recreativas. Para la misma se tuvieron en cuenta los elementos aportados por la investigación, los criterios de las personas de la tercera edad expuestos en la encuesta y los resultados de las entrevistas además de las observaciones que se realizaron.

Es fundamental el nivel de preparación de los profesores y técnicos para realizar las actividades y los medios más idóneos para el desarrollo de las diferentes actividades que serán puestos en función de esta, además de la creación e incremento de los medios en las medidas de las necesidades en los diferentes círculos de abuelos.

Es de gran importancia que las actividades estén acompañadas de una adecuada divulgación, la cual debe realizarse fundamentalmente a través de los medios de difusión masiva, utilizando carteles, propagandas, etc.

Algunos aspectos que debemos tener en cuenta al trabajar con el adulto mayor:

1. No realizar saltos de altura
2. Una regla fundamental: no puede existir dolor
3. Movilización con suavidad de la región cervical
4. En determinadas ocasiones la emisión de determinados implementos
5. Acentuar la tonificación de los cuádriceps, la cintura abdominal y la base pelviana
6. Evitar el correr, solo se debe caminar.

Conclusiones

La concepción de un envejecimiento activo en pos de contribuir con la calidad de vida de los adultos mayores consideró la influencia de las actividades físico recreativas a ese fin a partir de la exposición de juegos variados y

adaptados a las características de esa etapa de la vida; en ello se tuvieron presente las teorías que aluden al envejecimiento activo y saludable desde la consideración de ser un proceso natural, que propicia transformaciones a nivel biológico, corporal, psicológico y social; y que puede ser manejado profesionalmente a partir de la actividad física recreativa como un medio que posibilita una longevidad satisfactoria.

Los juegos que se proponen contribuyen a dinamizar el proceso de incorporación del adulto mayor, a las actividades recreativas físicas, garantizando una recreación sana en el contexto de las actividades que conducen a su participación activa, quienes se benefician al realizarlos, pues estos contribuyen a disminuir el estrés, les permiten comunicarse y socializar sus experiencias, además de hacerlos sentir útiles, facilitan su recreación en pos de una longevidad satisfactoria

Referencias bibliográficas

- Aguilera, M. J. (2017). Beneficios de la práctica de ocio en el adulto mayor. *Geriatricarea*. <https://www.geriatricarea.com/2017/06/28/beneficios-de-las-practicas-de-ocio-en-el-adulto-mayor>
- Ares, P. (2020). Familias y adultos mayores en Cuba. *Revista Temas*, 100-101. <https://archivo.cepal.org/pdfs/ebooks/Temas100-101.pdf>
- Casanova Rodríguez, C. L. (2014). Factores asociados a la salud y el bienestar del adulto mayor: un estudio de casos en la provincia de Cienfuegos, Cuba. *Ciencia y Sociedad*, 39(2). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87031376007>
- Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI) (2019). *Informe de la Gaceta Oficial: "El Envejecimiento de la Población Cubana de 2015"*.
- Espinosa, A. J. M. (2020). La actividad física en la promoción del envejecimiento saludable. Universidad de Málaga.
- Organización Mundial de la Salud. (2020). *Informe Mundial sobre el envejecimiento y la salud*, Ginebra. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/spa.pdf>
- González Tamayo, J.R. (2011). Juegos para el Adulto Mayor en la actividad física y recreativa comunitaria. *Olimpia*, 8(28).
- Herrador, S. J. (2020). Actividades lúdicas con personas mayores para la mejora de la salud y la calidad de vida, [tesis de maestría, Universidad de Málaga].
- Lanz, A. H., Olalde, C. I., y Díaz, J. P. (2019). Las actividades físico-recreativas y sociales, alternativas de inclusión social para los adultos mayores. *Olimpia*, 16(56).
- Martínez Pérez, T., González Aragón, C., Castellón León, G., y González Aguiar, B. (2018). El envejecimiento, la vejez y la calidad de vida: ¿éxito o dificultad? *Finlay*, 8(1), 59-65

- Mesa Trujillo, D., Espinosa Ferro, Y., Verona Izquierdo, A. I., Valdés Abreu, B. M., y García Mesa, I. (2022). Factores asociados a la salud y el bienestar en adultos mayores centenarios. *Cubana de Medicina General Integral*, 38(1).
- Muñoz, M. J. (2020). Entrenamiento funcional en parques saludables y medio urbano para mayores, [tesis de maestría, Universidad de Málaga].
- Naranjo Hernández, Y., Figueroa Linares, M., y Cañizares Marín, R. (2015). Envejecimiento poblacional en Cuba. *Gaceta Médica Espirituana*, 17(3). <http://scielo.sld.cu/scielo.php?>
- Padrino, I de A. (2017). *La quinta parte de la población cubana supera los 60 años*. Cubadebate. <http://www.cubadebate.cu/noticias/2018/04/17/la-quinta-parte-de-la-poblacion-cubana-supera-los-60-años/>
- Quintana Fernández, I., y Juanes Giraud, B. Y. (2021). Conjunto de actividades físico-recreativas para el mejoramiento de la calidad de vida en las clases de los círculos de abuelos del municipio de Cienfuegos. *Conrado*, 17(S3), 376-382.
- Rodríguez-Gutiérrez, S., Alarcón-Rivera, M., Concha-Cisternas, Y., Valdés-Badilla, P., y Guzmán-Muñoz, E. (2022). Asociación entre la condición física y calidad de vida con la fragilidad en personas mayores. *Cubana de Medicina Militar*, 51(2).
- Sierra, R. E. (2020). Diferentes programas de ejercicio y sus efectos en la salud y calidad de vida en adultos mayores activos, [tesis de maestría, Universidad de Málaga].
- Villafuerte Reinante, J., Alonso Abatt, Y., Alonso Vila, Y., Alcaide Guardado, Y., Leyva Betancourt, I., y Arteaga Cuéllar, Y. (2017). El bienestar y calidad de vida del adulto mayor, un reto para la acción intersectorial. *Medisur*, 15(1), 85-92.

Análisis de las perspectivas educativas en consultorios jurídicos a través de la Metodología ágil SCRUM

Andrés Roberto León Yacelga

E-mail: ui.andresleon@UNIANDES.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8901-4593>

Rita Azucena Díaz Vásquez

E-mail: ui.ritadiaz@UNIANDES.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4183-6974>

Jorge Lenin Acosta Espinoza

E-mail: ui.jorgeacosta@UNIANDES.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4254-4228>

Marco Antonio Checa Cabrera

E-mail: ui.marcocheca@UNIANDES.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4169-581X>

Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ibarra, Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

León Yacelga, A. R., Díaz Vásquez, R. A., Acosta Espinoza, J. L., Checa Cabrera, M. A. (2024). Análisis de las perspectivas educativas en consultorios jurídicos a través de la Metodología ágil SCRUM. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 180-187. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El marco de trabajo conocido como SCRUM emerge como una herramienta ágil que permite crear soluciones informáticas de manera efectiva y flexible. En el ámbito universitario, la gestión eficiente de la información en los consultorios jurídicos se ha convertido en un desafío crucial. La necesidad de brindar respuestas ágiles a las demandas cambiantes de usuarios y casos judiciales ha llevado a la adopción de metodologías de desarrollo innovadoras. En este contexto, el presente estudio se sumerge en el análisis de la eficacia y aplicabilidad de la Metodología SCRUM en el desarrollo de sistemas de información para consultorios jurídicos, así como proporcionar una base para comprender mejor los beneficios y desafíos asociados con la implementación de enfoques ágiles en el desarrollo de sistemas de información en contextos legales y educativos.

Palabras clave:

Sistemas informáticos, Consultorios jurídicos, Metodología SCRUM.

Abstract

The framework known as SCRUM emerges as an agile tool that allows creating IT solutions in an effective and flexible way. In the university environment, the efficient management of information in legal offices has become a crucial challenge. The need to provide agile responses to changing user demands and court cases has led to the adoption of innovative development methodologies. In this context, the present study dives into the analysis of the effectiveness and applicability of the SCRUM methodology in the development of information systems for legal offices, as well as providing a basis to better understand the benefits and challenges associated with the implementation of approaches agile in the development of information systems in legal and educational contexts.

Keywords:

Introducción

La gestión eficiente de la información en los consultorios revela una necesidad imperante. La demanda de disponibilidad en tiempo real para el manejo de datos relacionados con causas judiciales y usuarios genera la imperiosa necesidad de contar con un sistema web que no solo sea funcional, sino que también se adapte a las particularidades de cada sede. Aquí es donde SCRUM se posiciona como un marco de trabajo idóneo.

La implementación de SCRUM como metodología de desarrollo de software se presenta como un elemento clave en el éxito del proyecto. La flexibilidad inherente a SCRUM permite la entrega de iteraciones funcionales desde las primeras etapas del desarrollo. Esto no solo garantiza un feedback continuo por parte de los usuarios, sino que también posibilita ajustes y mejoras en tiempo real, lo que es especialmente crucial en un entorno jurídico donde los requisitos y condiciones pueden evolucionar rápidamente.

El hecho de que el sistema web resultante sea aplicable a todas las sedes de la Universidad Regional Autónoma de Los Andes (UNIANDES) refuerza la efectividad de SCRUM en este contexto. Su capacidad de adaptación permite crear un producto que no solo satisface las necesidades de un único consultorio jurídico, sino que se extiende a todas las sedes. Además, abarca un espectro más amplio al garantizar la coherencia y eficacia en la gestión de datos (Pillcorema y Remache, 2020).

En concordancia con la Constitución de la República del Ecuador, las facultades de Jurisprudencia, Derecho o Ciencias Jurídicas de las universidades tienen la responsabilidad de organizar servicios de defensa y asesoría jurídica para personas de escasos recursos. Esto implica que la educación superior debe implementar centros de atención ciudadana para cumplir con los requisitos legales y, al mismo tiempo, enriquecer la formación de sus estudiantes, permitiéndoles aplicar sus conocimientos en el ejercicio profesional.

La Red de Consultorios Jurídicos, según UNIANDES, facilita la práctica legal de los alumnos de la Facultad de Jurisprudencia y ofrece asistencia gratuita a aquellos con recursos limitados, trabajadores universitarios y organizaciones sin fines de lucro. La presencia física de estos consultorios en varias ciudades subraya el compromiso de la universidad con la normativa de la Defensoría Pública del Ecuador, al brindar a los estudiantes una oportunidad práctica y contribuir significativamente a la comunidad (León-Jácome et al., 2020).

En relación con las funciones específicas del consultorio jurídico, se destaca la importancia del protocolo de manejo documental y archivístico (Freire, 2020). Este protocolo, según la normativa establecida, es esencial para organizar la información interna de manera detallada, ordenada y sistemática. Su implementación, respaldada por el uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación, garantiza un cumplimiento eficaz de los objetivos del consultorio (Mera y Ávila, 2020).

La implementación de metodologías ágiles, acelera y organiza el desarrollo del sistema de información. La adopción

de SCRUM, un marco ligero que favorece la generación de valor en soluciones adaptables para problemas complejos, es especialmente relevante para alcanzar las expectativas de los usuarios finales y garantizar un desarrollo rápido y organizado del software necesario para gestionar el consultorio jurídico de UNIANDES (Basantes-Andrade et. al., 2020).

La Metodología Ágil SCRUM es un enfoque de gestión de proyectos y desarrollo de software que se adhiere a los principios ágiles. Este método busca maximizar la flexibilidad y la adaptabilidad, al permitir la entrega de productos o servicios de manera iterativa e incremental. SCRUM, específicamente, es uno de los marcos de trabajo ágiles más populares.

SCRUM se caracteriza por roles claramente definidos, incluye el SCRUM Master, el Propietario del Producto y el Equipo de Desarrollo. Además, fomenta una comunicación abierta y regular entre los miembros del equipo y los interesados y destaca la importancia de la adaptación continua basada en la retroalimentación recibida. En SCRUM, los proyectos se dividen en ciclos llamados sprints. Durante cada sprint, un equipo multifuncional trabaja en tareas específicas y al final del sprint entrega un incremento del producto, lo que permite la obtención de un producto funcional incluso en las primeras etapas del desarrollo (Barbosa, 2021).

Esta metodología no solo se limita al desarrollo de software. Su aplicación se ha extendido a diferentes áreas e incluye la gestión de proyectos en general. La filosofía ágil y el marco de trabajo SCRUM buscan crear productos de alta calidad de manera eficiente, adaptándose a los cambios y necesidades del cliente a lo largo del proceso de desarrollo.

La implementación exitosa de SCRUM destaca la importancia de la metodología ágil en el desarrollo de sistemas informáticos complejos (Arias et. al., 2020). Pues no solo se limita a la gestión de proyectos, sino que también promueve una cultura de colaboración y adaptabilidad, valores cruciales en un entorno donde la tecnología y las necesidades de los usuarios evolucionan constantemente (Reinoso et. al., 2020). Por tanto, se define como objetivo general analizar la eficacia y aplicabilidad de la metodología de desarrollo ágil SCRUM en la creación de un sistema de información para los consultorios jurídicos.

Materiales y métodos

El proceso de desarrollo se inicia con una investigación descriptiva que abarca tanto métodos cuantitativos como cualitativos. La elección de estas modalidades de análisis mediante entrevistas y encuestas indica un enfoque integral que busca comprender no solo los aspectos numéricos sino también las percepciones y experiencias de los usuarios. Este enfoque se alinea con los principios fundamentales de SCRUM, que prioriza la colaboración constante con los usuarios y la adaptabilidad a los cambios. Este tipo de investigación permite conocer los servicios que presta a la ciudadanía en general y las necesidades de información.

La modalidad de la investigación se comporta de forma cualitativa, para conocer cómo perciben los usuarios la

atención y servicios que se prestan en el mismo y la forma cómo se llevan a cabo los procesos internos (Aguirre y Jaramillo, 2015). También se ha realizado la investigación desde la perspectiva cuantitativa, debido a que se ha requerido conocer las veces que la ciudadanía ha requerido hacer uso de los servicios del consultorio y las dificultades que se presentan al realizar este trabajo.

La modalidad cualitativa se basó en entrevistas y encuestas a los responsables del consultorio, así como quienes prestan sus servicios al interior del mismo, que para este caso particular de UNIANDES son los estudiantes de la facultad de jurisprudencia que realizan sus prácticas pre-profesionales. La técnica de la entrevista se realizó con preguntas abiertas y cerradas y la posterior comprobación con los entrevistados, en este caso el encargado del consultorio jurídico en la sede Ibarra, así como también el encargado a nivel nacional de los consultorios.

Los métodos utilizados son: el método inductivo que permitió el análisis y el estudio respecto a la funcionalidad de los sistemas de gestión de la información en un consultorio jurídico, lo cual implica en determinar los requerimientos funcionales y no funcionales necesarios para el desarrollo de la aplicación web. Por otro lado, el método deductivo ayudó a realizar un análisis exhaustivo que determinó las diferentes funcionalidades del consultorio jurídico de UNIANDES, aplicándolo posteriormente en el sistema desarrollado en beneficio de los usuarios de estos centros, reflejándose en mayor agilidad al momento de gestionar la información de causas judiciales y seguimiento de casos que se encuentran en etapas de procesamiento hasta llegar a la culminación de estos. Como técnica e instrumentos se utilizó la entrevista.

Conforme a la información proporcionada por el consultorio jurídico de UNIANDES sede Ibarra, generalmente asisten de ocho a diez estudiantes de la carrera de Derecho a realizar sus prácticas preprofesionales. Luego rotan conforme necesitan realizar este servicio para cumplir con los requisitos para obtener el grado de Abogados, por tal motivo no se requiere hacer un cálculo de la muestra, sino que se utilizará toda la población para realizar los análisis respectivos.

El método VIKOR se revela como una herramienta altamente eficaz en contextos en los que el responsable de la toma de decisiones enfrenta dificultades para expresar sus preferencias hacia las diversas alternativas disponibles. La solución comprometida obtenida a través de este método tiende a ser aceptada por el tomador de decisiones, ya que proporciona una utilidad máxima para el grupo (representada por la alternativa con el min S), al tiempo que minimiza el arrepentimiento individual (representado por la alternativa con el min R) (Opricovic y Tzeng, 2007) que este implica:

- La solución compromiso es aceptable para la resolución de conflictos.
- El responsable de la toma de decisiones está dispuesto a aprobar la solución más cercana al ideal.
- Existe una relación lineal entre cada función de criterio y la utilidad de un decisor.

- Los criterios son conflictivos y no conmensurables (unidades diferentes).
- Las alternativas se evalúan según todos los criterios establecidos (matriz de rendimiento).
- La preferencia del tomador de decisiones se expresa mediante pesos, dados o simulados.
- El método se puede iniciar sin participación interactiva de tomador de decisiones, pero este es el encargado de aprobar la solución final y se debe incluir su preferencia.
- La solución de compromiso propuesta (uno o más) tiene una tasa de ventaja.
- Un análisis de estabilidad determina los intervalos de estabilidad de peso.

En el marco de este enfoque, los criterios de decisión $C = C_1, C_2, C_j, \dots, C_n$ presentados como $C = C_1, C_2, C_j, \dots, C_n$, se definen como las condiciones o parámetros que permiten discernir entre las alternativas y establecer las preferencias del tomador de decisiones. Estos criterios sirven como elementos de referencia fundamentales para la toma de decisiones.

La asignación de pesos o ponderaciones a los criterios constituye una medida de la importancia relativa que cada criterio tiene para el tomador de decisiones. Se asocia con cada criterio un vector de pesos $(w) = (w_1, w_2 \dots w_j \dots w_n)$, siendo "n" el número total de criterios. Cada peso w_i refleja la importancia relativa del criterio C_i en cada decisión, asumiendo valores positivos. La asignación de pesos por criterio puede realizarse mediante métodos como la asignación directa o el método del auto-vector.

El conjunto de alternativas, denotado como $A = \{A_1, A_2 \dots A_i \dots A_m\}$, representa las opciones disponibles. Cada alternativa A_i ($i = 1, 2, \dots, m$) donde A es única, excluyente y exhaustiva.

En la fase de valoración o decisión, una vez que se han establecido los criterios y sus pesos respectivos, el tomador de decisiones asigna a cada criterio y a cada alternativa del conjunto de elección un valor numérico o simbólico a_{ij} que expresa la evaluación de la alternativa A_i con respecto al criterio C_j . Estas evaluaciones se registran en una matriz de evaluación o decisión, donde cada fila expresa las cualidades de la alternativa A_i respecto a los n criterios considerados, y cada columna recoge las evaluaciones del tomador de decisiones para todas las alternativas respecto a un criterio específico C_j .

Para obtener la solución (o las soluciones) de compromiso se debe:

Calcular los f_i^* , y los peores f_i^- , valores de cada criterio.

$$f_i^* = \max_i f_{ij} \quad f_i^- = \min_i f_{ij} \quad \text{Si la función } i \text{ representa un beneficio}$$

$$f_i^* = \min_i f_{ij} \quad f_i^- = \max_i f_{ij} \quad \text{Si la función } i \text{ representa un coste}$$

1. Calcular los valores S_j, R_j y Q_j para cada alternativa:

$$S_j = \sum_{i=1}^n w_j \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \quad (1)$$

$$R_j = \max_i \left\{ w_j \frac{f_i^* - f_{ij}}{f_i^* - f_i^-} \right\} \quad (2)$$

$$Q_j = v \frac{S_j - S^*}{S^- - S^*} + (1 - v) \frac{R_j - R^*}{R^- - R^*} \quad (3)$$

Donde:

$$S^* = \min_j S_j; \quad S^- = \max_j S_j$$

$$R^* = \min_j R_j; \quad R^- = \max_j R_j \quad (4)$$

Y v es introducido como un peso de la estrategia de máxima utilidad de grupo, mientras que $(1 - v)$, es el peso de la oposición individual.

- $v > 0.5$ $v > 0.5$ Voto de mayoría
- $v \sim 0.5$ $v \sim 0.5$ Voto por consenso
- $v < 0.5$ $v < 0.5$ Voto con veto

Se ordenan las alternativas, según los valores de S, R y Q

$$\begin{bmatrix} S_1 \\ S_2 \\ \vdots \\ S_j \\ \vdots \\ S_m \end{bmatrix} \begin{bmatrix} R_1 \\ R_2 \\ \vdots \\ R_j \\ \vdots \\ R_m \end{bmatrix} \begin{bmatrix} Q_1 \\ Q_2 \\ \vdots \\ Q_j \\ \vdots \\ Q_m \end{bmatrix}$$

Determinar como solución de compromiso la alternativa $A^{(1)}$ que es la mejor clasificada según el valor de Q , es decir que con el valor de Q mínimo, si se satisfacen las dos condiciones siguientes:

a) Condición 1: Ventaja aceptable

$$Q(A^{(2)}) - Q(A^{(1)}) \geq DQ$$

Donde, $A^{(2)}$ es la segunda alternativa según la clasificación de los valores de Q , y $DQ = \frac{1}{N-1} DQ = \frac{1}{N-1}$, con N como el número de alternativas.

b) Condición 2: Estabilidad aceptable en el proceso de decisión

La alternativa $A^{(1)}$ debe ser la mejor clasificada según el listado de valores de S y/o R . esta solución de compromiso estable dentro de un proceso de decisión.

Si una de las condiciones no es satisfecha, entonces se propone un conjunto de soluciones compromiso, el cual consiste en:

- Alternativas $A^{(1)}$ y $A^{(2)}$ si no es satisfecha la condición 2.
- Alternativas $A^{(1)}, A^{(2)}, \dots, A^{(m)}$ y si no es satisfecha la condición 1; $A^{(m)}$ se determina al tener en cuenta la relación $Q(A^{(2)}) - Q(A^{(1)}) \geq DQ$. Se considera que estas alternativas se encuentran dentro de la cercanía a la solución ideal.

Resultados-discusión

Los Consultorios Jurídicos Gratuitos desempeñan un papel esencial en la Red Complementaria a la Defensa Jurídica Pública, proporcionando servicios de patrocinio y asesoría jurídica gratuita a individuos en situación de indefensión o con limitaciones económicas, sociales o culturales. Según la Defensoría Pública del Ecuador, estos consultorios sirven como guía para establecer servicios similares a nivel nacional, representando una contribución invaluable para aquellos que requieren asistencia sin restricciones (Chapa et al., 2023).

En concordancia con la Constitución de la República del Ecuador, las facultades de Jurisprudencia, Derecho o Ciencias Jurídicas de las universidades tienen la responsabilidad de organizar servicios de defensa y asesoría jurídica para personas de escasos recursos. Esto implica que la educación superior debe implementar centros de atención ciudadana para cumplir con los requisitos legales y, al mismo tiempo, enriquecer la formación de sus estudiantes, permitiéndoles aplicar sus conocimientos en el ejercicio profesional (Altamirano et al., 2020).

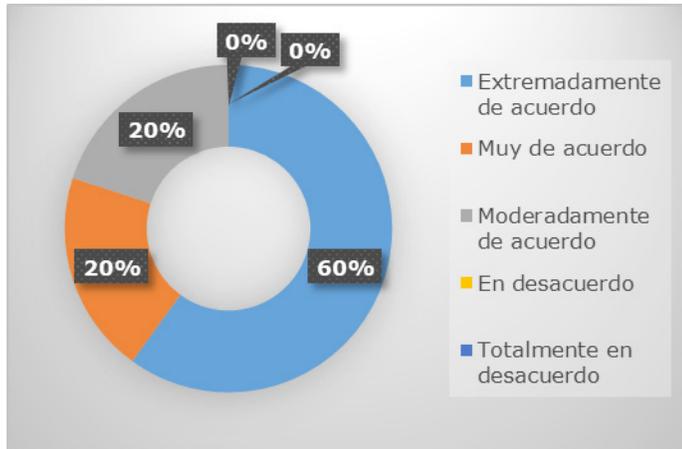
La Red de consultorios jurídicos, según UNIANDÉS, facilita la práctica legal de los alumnos de la Facultad de Jurisprudencia y ofrece asistencia gratuita a aquellos con recursos limitados, trabajadores universitarios y organizaciones sin fines de lucro. La presencia física de estos consultorios en varias ciudades subraya el compromiso de la universidad con la normativa de la Defensoría Pública del Ecuador, al brindar a los estudiantes una oportunidad práctica y contribuir significativamente a la comunidad.

En relación con las funciones específicas del Consultorio Jurídico, se destaca la importancia del protocolo de manejo documental y archivístico. Este protocolo, según la normativa establecida, es esencial para organizar la información interna de manera detallada, ordenada y sistemática. Su implementación, respaldada por el uso adecuado de las tecnologías de la información y la comunicación, garantiza un cumplimiento eficaz de los objetivos del consultorio (Vargas et al., 2020).

Una vez realizado el análisis de la información obtenida de parte de quienes forman parte del consultorio jurídico de Uniandes y de quienes laboran en su interior, en base a las entrevistas y encuestas realizadas en la institución, se pudieron obtener los siguientes resultados:

- Se logró desarrollar el sistema web en base a la metodología utilizada. Los resultados se presentan en los gráficos 1 y 2:

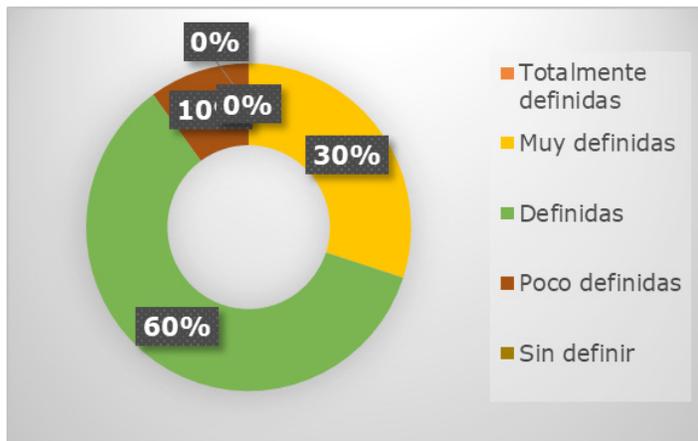
Fig 1: Definición de los requerimientos del sistema web



Fuente: elaboración propia

Es importante hacer notar el alto porcentaje de acuerdo a la investigación realizada respecto a la definición de los requerimientos al inicio del sistema, pero no del todo sino más bien de una forma general, puesto que en la Metodología SCRUM se permite al usuario definir conforme avanza el sistema y los sprints los requisitos finales del sistema.

Fig 2: Definición de tareas a realizar en cada sprint



Fuente: elaboración propia

De la misma forma las tareas que se van a realizar durante cada sprint, se las define antes de iniciar un ciclo de desarrollo con el fin de tener listos todos los recursos que sean necesarios para desarrollarlo y llegar a buen término, labor realizada por el Product Owner y ejecutada por el equipo de trabajo.

- Como producto del análisis de requerimientos funcionales y no funcionales, así como los procesos que se

llevarán a cabo al interior del consultorio, se tienen como precedentes los casos de uso más relevantes dentro de la investigación:

En este caso particular, quien realiza las funciones como administrador del sistema tiene acceso a todas las opciones del mismo, desde la creación de usuarios con sus respectivos roles hasta obtener los reportes necesarios de la información ingresada para verificar el cumplimiento del trabajo y el seguimiento de las causas judiciales al interior del consultorio.

Además, al usuario llamado empleado que también puede ser representado por los estudiantes que realizan las prácticas pre-profesionales, tienen el acceso al seguimiento de las causas judiciales como es su ingreso, la actualización de datos dependiendo del desarrollo del proceso hasta su culminación, y en caso de ser necesario dar de baja las mismas por las causales contempladas en el reglamento interno del consultorio.

- Además, se realizó el diseño de la base de datos del sistema, que será la encargada de guardar y administrar toda la información contemplada dentro del mismo, donde se verifican también las relaciones que se deben establecer entre tablas para que la información esté normalizada y no exista redundancia de la información.
- El diseño de la interfaz de usuario del sistema también fue realizada conforme a las necesidades de los usuarios y con sus respectivas sugerencias y cambios solicitados en el desarrollo de estas, cabe la pena resaltar que la metodología de desarrollo SCRUM permite realizar cambios en el sistema aún en etapas avanzadas de desarrollo para que el sistema informático responda a las aspiraciones del usuario final y lo pueda recibir con un alto grado de satisfacción.

El acceso al sistema con un usuario y contraseña hará que el sistema se comporte de acuerdo al rol que tiene asignado dicho usuario y se presentarán las funciones apropiadas, en caso de no poder realizar el ingreso puede activar el proceso de recordatorio de la contraseña que llegará al correo electrónico del usuario.

Otro de los puntos relevantes del sistema es la administración de sedes, debido a que el sistema no se creó únicamente para que sea administrado en una sola sede de la universidad. Este puede ejecutarse en cualquiera de los sitios donde se encuentra ubicado el consultorio jurídico. A la vez, ayuda a la estandarización de procesos a nivel nacional, porque fue notorio durante el proceso de recolección de información que cada sede cumplía los procesos de una forma muy particular, desde realizar un mismo proceso con diferentes nombres, hasta realizar los trámites en un orden particular el que depende de quien lo realizaba. Además, esto permite revisar la información de las causas judiciales a nivel nacional y en tiempo real desde una sola ubicación sin necesidad de solicitar los informes de labores a cada sede, situación requerida de forma explícita por parte del administrador de los consultorios jurídicos a nivel nacional.

Desarrollo Método Vikor

Se determinan las siguientes alternativas para la valoración del método VIKOR:

1. Capacitación y Conciencia.
2. Cultura Organizativa.
3. Establecimiento de Roles Claros.
4. Infraestructura Tecnológica Adecuada.
5. Comunicación Efectiva.
6. Participación Activa del Usuario.

Se proponen 5 criterios que se utilizarán para evaluar las alternativas en el contexto de implementar SCRUM en los consultorios jurídicos y así aplicar el método VIKOR. Se define la de mayor peso de importancia.

- Capacitación y Adopción (CA)
- Participación del Usuario (PU)
- Cultura Organizativa (COA)
- Roles y Responsabilidades (RR)
- Infraestructura Tecnológica (IT)

La asignación de pesos a los criterios es una parte crucial del Método VIKOR y depende de la importancia relativa de cada criterio en el contexto específico del proyecto. Estos pesos suman 1, lo que es necesario para la aplicación del método VIKOR. Sin embargo, la asignación de pesos debe reflejar los objetivos y prioridades específicas en el contexto particular de la implementación de SCRUM en los consultorios jurídicos

- Capacitación y Adopción (CA): 0.2- la capacitación y la adopción son esenciales, pero no dominan la evaluación general.
- Infraestructura Tecnológica (IT): 0.25- la participación activa del usuario es crucial para el éxito, por lo que se le asigna un peso significativo.
- Cultura Organizativa (COA): 0.15- la cultura organizativa es importante, pero puede haber otras prioridades clave.
- Roles y Responsabilidades (RR): 0.2- la efectividad de los roles y responsabilidades es esencial, pero no domina sobre otros criterios.
- Participación del Usuario (PU): 0.2- la infraestructura tecnológica es vital, pero no tiene un peso abrumador.

Tabla 4: Condición de ventaja aceptable

Alternativas	Q (a'')	Jerarquía	Q (a')	N	Q (a'') - Q (a')	DQ	Q (a'') - Q (a') ≥ DQ
A1	0,56	4	0,00	6	0,56	0,2	SI CUMPLE
A2	0,00	1			0,00		NO CUMPLE
A3	0,41	2			0,41		SI CUMPLE
A4	0,85	5			0,85		SI CUMPLE
A5	0,48	3			0,48		SI CUMPLE
A6	0,90	6			0,90		SI CUMPLE

Fuente: elaboración propia

Una vez obtenida la valoración de cada alternativa para cada criterio (Ver Tabla 1) y el vector de pesos, se determinará la solución o soluciones de compromiso, que serán las alternativas más adecuadas.

Tabla 1: Matriz de evaluación de alternativas y criterios

	CA	IT	COA	RR	PU
Peso	0,20	0,25	0,15	0,20	0,20
Fj	Max	Max	Max	Min	Max
A1	4	3	4	4	3
A2	5	4	3	5	4
A3	3	5	5	3	5
A4	2	3	4	2	3
A5	4	4	5	3	4
A6	3	2	3	4	2
Mejor $f_i^+ f_i^*$	5,00	5,00	3,00	5,00	5,00
Peor $f_i^- f_i^-$	2,00	2,00	5,00	2,00	2,00

Fuente: elaboración propia

Para la clasificación de las alternativas se evalúa para un $v \sim 0.5$ (Voto por consenso) y condición de ventaja aceptable (Ver Tablas 2 y 3).

Tabla 2: Normalización de la Matriz y distancias de S_j y R_j para cada alternativa

Alternativas	CA	IT	COA	RR	PU	S_j	R_j
A1	0,07	0,17	0,08	0,07	0,13	0,52	0,17
A2	0,00	0,08	0,00	0,00	0,07	0,15	0,08
A3	0,13	0,00	0,15	0,13	0,00	0,41	0,15
A4	0,20	0,17	0,08	0,20	0,13	0,78	0,20
A5	0,07	0,08	0,15	0,13	0,07	0,50	0,15
A6	0,13	0,25	0,00	0,07	0,20	0,65	0,25

Fuente: elaboración propia

Tabla 3: Índice Q_j de cada alternativa

Alternativas	S_j	R_j	v	Q_j
A1	0,52	0,17	0,5	0,56
A2	0,15	0,08		0,00
A3	0,41	0,15		0,41
A4	0,78	0,20		0,85
A5	0,50	0,15		0,48
A6	0,65	0,25		0,90

Fuente: elaboración propia

La alternativa con el mayor valor de "Q" es A6, por lo cual indica que, según el método VIKOR, A6 es la mejor alternativa al ser considerados los criterios y pesos proporcionados (Ver Tabla 4).

La aplicación de SCRUM en el desarrollo del sistema web, ha demostrado ser una elección acertada. SCRUM ha proporcionado un marco de trabajo sólido que ha permitido la creación de un producto funcional, adaptable y aplicable a diversas sedes. Asimismo, se resalta su potencial en entornos que requieren respuestas rápidas y soluciones flexibles, al establecer un precedente para futuros proyectos de desarrollo de software en el ámbito jurídico y más allá.

El trabajo realizado para crear, diseñar e implementar un sistema web para los consultorios jurídicos de UNIANDES, cumple con el objetivo principal de la investigación. Sin duda no basta solo con contar con las herramientas de desarrollo necesarias y saber utilizar sus características, sino que conlleva un trabajo de planificación y de aplicación de una metodología de desarrollo de software para llegar a obtener los resultados mostrados.

El uso de la aplicación web cumple con los estándares internacionales de diseño de la misma y cumple con el objetivo de mantener organizada la información de los consultorios jurídicos y poder disponer de ella en tiempo real por parte de quien lo necesite, además de que el trabajo a partir de su implementación se lleva de forma coordinada y con los mismos parámetros, sin que existan los sesgos de uso por parte de quienes realizan el trabajo en cada uno de estos sitios.

Particularmente el marco de trabajo SCRUM, en la educación universitaria aporta significativamente al desarrollo de habilidades prácticas y adaptativas en los estudiantes. Este enfoque promueve proyectos prácticos e iterativos y permite a los estudiantes aplicar sus conocimientos en entornos del mundo real. Además, fomenta la colaboración, la gestión eficiente del tiempo y recursos, y la mejora continua a través de retroalimentación constante.

La preparación para la industria y el desarrollo de habilidades resilientes y adaptativas son beneficios adicionales, que convierten a los estudiantes en profesionales más preparados y versátiles. Por tanto, la implementación de SCRUM en la educación superior enriquece la experiencia de aprendizaje y prepara a los estudiantes para los desafíos dinámicos del entorno laboral. A continuación, se destacan algunas de las importancias potenciales:

- Continuar la Retroalimentación con Usuarios: es recomendable mantener un proceso continuo de retroalimentación con los usuarios del sistema de información. A través de reuniones regulares, encuestas y entrevistas, se puede recopilar información valiosa sobre las necesidades cambiantes de los consultorios jurídicos. Esta retroalimentación constante asegurará que el sistema sea relevante y efectivo a lo largo del tiempo, adaptándose a las evoluciones en los procesos internos y requisitos específicos.
- Enfoque Práctico y Experiencial: la Metodología Ágil, al ser iterativa e incremental, facilita la integración de proyectos prácticos en el plan de estudios. Los estudiantes pueden trabajar en equipos multifuncionales y aplicar sus conocimientos teóricos en proyectos reales. Esto fomenta la experiencia práctica y prepara a los estudiantes para enfrentar desafíos del mundo real, así como la preparación a los usuarios.

- Adaptabilidad a Cambios en el Conocimiento: la naturaleza adaptable de SCRUM permite a los educadores y estudiantes ajustar el enfoque del proyecto según las cambiantes necesidades del mercado y del campo de estudio. Esto es particularmente relevante en áreas donde la tecnología y la información evolucionan rápidamente.
- Desarrollo de Habilidades Colaborativas: SCRUM fomenta la colaboración continua y la comunicación efectiva entre los miembros del equipo. Estas habilidades son esenciales en entornos profesionales y la práctica de SCRUM en proyectos educativos promueve el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la toma de decisiones colaborativa.
- Gestión Efectiva del Tiempo y Recursos: la estructura de sprints en SCRUM impulsa una gestión eficiente del tiempo y recursos: los estudiantes aprenden a planificar y ejecutar tareas en periodos cortos, lo que se traduce en una mayor productividad y en la entrega constante de resultados tangibles a lo largo del proyecto.

Conclusiones

La implementación de SCRUM en el desarrollo del sistema de información para consultorios jurídicos universitarios ha demostrado un impacto positivo en la eficiencia operativa. La metodología ágil ha permitido la entrega de iteraciones funcionales desde las primeras etapas, al facilitar ajustes continuos basados en el feedback de los usuarios. Esta flexibilidad ha sido crucial para adaptarse a las cambiantes necesidades de los consultorios, al mejorar significativamente la eficacia en el manejo de datos relacionados con causas judiciales y usuarios.

Entre los hallazgos más relevantes se nota que la participación del usuario es la alternativa de mayor importancia. Es imperativo implementar programas educativos que ayuden a los usuarios a establecer canales de comunicación claros y efectivos entre todos los miembros del equipo. La comunicación abierta y regular es un pilar fundamental en SCRUM, y su implementación exitosa depende en gran medida de la calidad de la comunicación. La aplicación de la Metodología Ágil, en particular el marco de trabajo SCRUM, en el ámbito de la educación universitaria puede aportar significativamente a la formación de los estudiantes y al desarrollo de proyectos educativos.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, J. C., y Jaramillo, L. G. (2015). El papel de la descripción en la investigación cualitativa. *Cinta de moebio*, 53, 175-189.
- Altamirano, K. L., Sarmiento, W. H., y Parra, J. O. (2020). Innovación en empresas de Cuenca-Ecuador: Empleo de modelística inteligente en el sector textil. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 148-162.
- Arias, E. J. M., Pinargote, J. A. L., León, G. T. R., y Armendáriz, F. E. L. (2020). Los entornos virtuales como nuevos escenarios de aprendizaje: el manejo de plataformas online en el contexto académico. *Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales (ReHuSo)*, 5(3), 62-69.

- Barbosa, L. B. B. (2021). Gestión de las relaciones con el cliente: Ética en el uso y manejo de los datos en los Sistemas de Información Inteligentes. *Gestión en el tercer milenio*, 24(48), 93-100.
- Basantes-Andrade, A. V., Cabezas-González, M., y Casillas-Martín, S. (2020). Competencias digitales en la formación de tutores virtuales en la Universidad Técnica del Norte, Ibarra-Ecuador. *Formación universitaria*, 13(5), 269-282.
- Chapa, P. M. L., Lojano, J. F. B., y Ceballos, G. P. G. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212.
- Freire, E. E. E. (2020). La búsqueda de información científica en las bases de datos académicas. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 31-35.
- León-Jácome, J. C., Herrera-Granda, I. D., Lorente-Leyva, L. L., Montero-Santos, Y., Herrera-Granda, E. P., Esparza, D. E. I., y León, J. G. J. (2020). Optimización de la recolección de residuos sólidos urbanos bajo un enfoque de Sistemas de Información Geográfica, un estudio de caso. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, E29, 479-493.
- Mera, M. M. M., y Ávila, A. A. H. (2020). Gobierno electrónico en el Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(7), 520-542.
- Opricovic, S., y Tzeng, G. H. (2007). Extended VIKOR method in comparison with outranking methods. *European Journal of Operational Research*, 178(2), 514-529.
- Pillcorema Sarmiento, D. J., y Remache Yascari-bay, S. R. (2020). Desarrollo de un sistema de información y gestión de procesos para el consultorio jurídico de la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues.
- Reinoso, G. L., Castro, A. C., Izquierdo, J. E., y Cornejo, A. N. (2020). El B-learning y su aplicación en la enseñanza universitaria del Ecuador. *Sinergias educativas*, 5(2), 222-234. <https://sinergiaseducativas.mx/index.php/revista/article/view/146/380>
- Vargas, C., Guamán, J., Rodríguez, K., y Ríos, A. (2020). Diseño e Implementación de una Plataforma Informática CLOUD/GIS de Gestión, Operación y Control de Sistemas Fotovoltaicos de Iluminación. *Revista Politécnica*, 45(2), 19-30.

Estrategia para la exportación del carbón vegetal en la Empresa Acopio Cienfuegos

Strategies for the export of charcoal in the enterprise acopio cienfuegos

Regla Díaz Macías¹

E-mail: rdiaz@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3371-6166>

Yanelys Álvarez Sánchez¹

E-mail: yasanchez@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6410-6056>

Ramón Rodríguez González¹

E-mail: rgonzalez@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3906-2869>

¹Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez, Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Díaz Macías, R., Álvarez Sánchez, Y., & Rodríguez González, R. (2024). Estrategia para la exportación del carbón vegetal en la Empresa Acopio Cienfuegos. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 188-195. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

La necesidad de posicionar al carbón vegetal cubano en los mercados internacionales es una de las principales prioridades para el país puesto que el carbón vegetal es uno de los productos más demandados a nivel internacional, y de esta manera Cuba podrá crecer a nivel de exportación y de economía. Esta prioridad es un gran desafío para las empresas intermediarias, para los productores y para el propio país. El objetivo general de la presente investigación es formular una estrategia de exportación del carbón vegetal en la Empresa Acopio Cienfuegos para su posicionamiento en los mercados de Europa y Oriente Medio. Para realizar esta investigación se llevó a cabo una revisión bibliográfica desde el punto de vista académico que permitió plasmar los fundamentos teóricos que proporcionan la científicidad en el proceso para confeccionar una planeación estratégica, además de revisar las informaciones que desde lo político regulan lo relacionado con el comercio exterior en el ámbito internacional y en Cuba fundamentalmente. Se asume un procedimiento que logra sistematizar en un modelo los contenidos en cuatro fases, a tono con las experiencias internacionales en este aspecto y que contempla además las normas y regulaciones cubanas, todo lo cual permite la formulación de la estrategia de exportaciones.

Palabras clave:

Estrategia de exportaciones, Carbón vegetal, Regulaciones cubanas

ABSTRACT

The need to position Cuban charcoal in international markets is one of the main priorities for the country since charcoal is one of the most demanded products internationally, and in this way Cuba will be able to grow at the export and economy. This priority is a great challenge for intermediary companies, for producers and for the country itself. The general objective of this research is to formulate an export strategy for charcoal in the Acopio Cienfuegos Company for its positioning in the European and Middle Eastern markets. To carry out this research, a bibliographical review was carried out from the academic point of view that allowed to capture the theoretical foundations that provide scientificity in the process to prepare a strategic planning, in addition to reviewing the information that from the political point of view regulates what is related to the foreign trade in the international arena and in Cuba fundamentally. A procedure is assumed that manages to systematize the contents in four phases in a model, in tune with international experiences in this regard and which also contemplates Cuban norms and regulations, all of which allows the formulation of the export strategy.

Keywords:

Strategy of exports, Charcoal, Cuban regulations

Introducción

Los sistemas económicos mundiales han desarrollado una interdependencia y apertura a partir de la década de los ochenta del pasado siglo y esto ha provocado una globalización económica. Este fenómeno afecta a las empresas que compiten tanto en el ámbito internacional como las que lo hacen a nivel nacional o local (Alberto, 2019).

Debido a los grandes cambios en el entorno y el desarrollo de las tecnologías son necesarias nuevas prácticas empresariales para lograr mantenerse en el mercado mediante la calidad de sus productos y la estabilidad de los clientes. De acuerdo con ello, las empresas utilizan varias estrategias para posicionarse y mantenerse en el mercado con el fin de obtener máximo rendimiento en sus operaciones, lograr la máxima satisfacción de sus clientes y la calidad de los productos o servicios que ofertan. Por tanto, las empresas antes de tomar cualquier decisión deberán ser avaladas por estudios del contexto y los escenarios posibles en que se desarrollan. Para Cuba la gestión de comercio exterior no ha estado ajena a las dificultades propias que implica insertarse en mercados internacionales.

La revisión bibliográfica realizada arroja que son varios los estudios realizados sobre este tema, de manera particular en América Latina. En Cuba, el Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (MINCEX) aporta resoluciones y otros documentos donde abordan el tema de la exportación y existen estudios que proponen estrategias para la exportación de diversos renglones. En Cienfuegos, Alberto (2019) propone un procedimiento para la formulación de una estrategia de exportación en Cementos Cienfuegos que facilita su generalización a otras empresas y que es asumido en el presente trabajo. De manera particular, en la Empresa de Acopios Cienfuegos se han realizado investigaciones que también contribuyen a sustentar el presente trabajo.

En Cuba, la Empresa de Acopio de Cienfuegos se encarga de la producción del carbón vegetal, que es un producto muy demandado por el mercado nacional e internacional. cuenta con una estrategia de exportación para este rubro exportable. No obstante, en su revisión se detectan insuficiencias en su concepción y elaboración. Son escasos los estudios de mercados realizados, en su mayoría de manera empírica. La base legal referida a la exportación que se requiere consultar es muy heterogénea y dispersa. También ha enfrentado dificultades relacionadas con la necesidad de elevar la preparación del personal directivo para una mejor planificación, ejecución y control de la concertación de la demanda con productores locales y foráneos; así como con el incremento de clientes, tanto nacionales como extranjeros y suministradores.

De todo lo anterior se deriva como objetivo general a proponer en este trabajo la formulación de una estrategia para la exportación del carbón vegetal en la Empresa Acopio Cienfuegos para su posicionamiento en los mercados de Europa y Oriente Medio.

Materiales y métodos

A partir del análisis documental realizado, la consulta de tesis relacionadas con el tema y la revisión de la información

primaria y secundaria se propuso un procedimiento que relaciona los fundamentos teóricos, metodológicos y prácticos, ofrece cientificidad a las fases que lo integran lo que conduce el proceso de formulación de una estrategia de exportaciones y viabiliza su posterior implementación y control.

Resultados-discusión

La internalización es una parte del proceso estratégico de muchas empresas, lo que involucra seleccionar dónde o con quién realizará las transacciones de sus productos o servicios, además, la empresa debe definir cómo desea cerrar dichas transacciones, lo que implica definir el modo de entrada en los mercados exteriores (Bojórquez, 2011).

Tal asunto obliga, por tanto, a la concepción de una estrategia para alcanzar dichos propósitos. Alrededor de este término existen diversas conceptualizaciones que han ido evolucionando a lo largo de estos años, pero que tienen en común su relación con los objetivos de la empresa y el plan de acción a seguir en la búsqueda de mejoras.

Desde que, a fines de los años 50 del siglo XX, los autores clásicos de la administración plantearon los diferentes conceptos de estrategia, hubo un acuerdo implícito en definir que la estrategia tenía que ver con el largo plazo; lo que estaba en concordancia con las características de estos años, en que todavía el entorno era menos turbulento.

Sin embargo, desde un enfoque más amplio, cuestiones tales como el posicionamiento, una visión, un plan y un patrón integrado de comportamiento, son utilizados para definir la estrategia, en la que resulta imprescindible, además, tener en cuenta lograr una ventaja sostenible a largo plazo, responder convenientemente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la empresa, a partir de tener en cuenta sus propias fortalezas y debilidades (Alberto, 2019).

Para estar a tono con estas concepciones se requiere contar con el pensamiento estratégico de los ejecutivos, por cuanto los cambios tecnológicos, políticos, la economía global y la crisis social creciente, corroboran que el mundo proyecta novedad, diversidad y caducidad cada vez más creciente de los bienes y servicios.

La incertidumbre presente exige la capacidad de interpretar, exige creatividad e innovación y esto tiene que ver con la estrategia. Por tanto, una de las claves empresariales es tener claro el negocio actual y futuro, ya que no se puede decidir sin saber adónde se quiere llegar. Para ello es necesario no solo adaptarse a un ambiente cada vez más cambiante, sino también tener la oportunidad y el poder de rediseñar su propio ambiente. De ahí que su valor principal reside en ayudar a la organización a operar en un ambiente dinámico y complejo (Wheelen y Hunger, 2007).

Para que una organización tenga la oportunidad de lograr sus metas y objetivos, debe tener un plan de juego o un mapa del camino para llegar allí. En efecto, una estrategia describe el plan de juego de la organización para lograr el éxito (Ferrel y Hartline, 2012). Por su parte Thompson et al. (2012) declaran como concepto básico que la estrategia (...) consiste en las medidas competitivas y los planteamientos comerciales con que los administradores

compiten de manera fructífera, mejoran el desempeño y hacen crecer el negocio.

Si existe claridad de que la estrategia de una empresa facilita la dirección y la conduce no solo en términos de lo que debe hacer, sino de lo que no debe hacer, entonces, desde el punto de vista estratégico, conocer esto último es tan importante como lo primero en aras de evitar pérdidas de tiempo, recursos y otras consecuencias que puedan poner en peligro la estabilidad de la empresa.

Es por ello que la alta dirección debe tener claridad en tres cuestiones fundamentales: cuál es la situación actual de la empresa, hacia dónde quiere llegar y qué hacer para lograrlo. En la búsqueda de estas respuestas, es común que las empresas reflexionen acerca de qué acciones emprender para determinar las que identifiquen y a la vez diferencien su estrategia de otras ya existentes en el mercado.

Cualquier empresa que pretenda alcanzar el liderazgo en la industria del siglo XXI, tiene que preocuparse más en términos de liderazgo en el mercado global que en el nacional, por cuanto el fenómeno de la globalización está transformando el horizonte competitivo en muchas industrias al ofrecer nuevas y atractivas oportunidades pero, al mismo tiempo, nuevas amenazas competitivas; por lo que diseñar una estrategia que permita competir con éxito en los mercados extranjeros se hace cada vez más compleja (Alberto, 2019).

Es por ello que una vez que una empresa decide expandirse más allá de sus límites nacionales, debe considerar la cuestión de cómo entrar en los mercados extranjeros. En consecuencia, el potencial de exportación debe ser examinado cuidadosamente al evaluar: primero si existe un mercado para sus bienes y servicios, y después, si será capaz de cubrir con las expectativas de producción deseadas.

La exportación. Generalidades

La economía mundial se globaliza aceleradamente y los avances en las tecnologías contribuyen a ello puesto que la distancia geográfica ya no es un impedimento. Por tanto, competir en mercados extranjeros resulta cada vez más difícil y complejiza el proceso de elaboración de estrategias.

Las exportaciones favorecen el desarrollo económico de un país y proporcionan ingresos que contribuyen a costear los compromisos externos, así como a adquirir en otros países los bienes y servicios que no se producen en él y que se requieren para el consumo de la población, la producción y el desarrollo económico y social del país. Del mismo modo permiten una mejor utilización de los recursos, aumenta el nivel de desarrollo tecnológico, incrementa el número de empleos, amplía las reservas en divisa, mejora la situación de la balanza de pagos y puede contribuir al aumento del nivel de vida de la población.

Según Rosales y Herrero (2017) América Latina y el Caribe, en particular América del Sur, ha sido históricamente una región exportadora de materias primas. Este fenómeno se agudizó cuando el valor de las exportaciones de la región al mundo pasó del 27%, que se calculaba 2001 y 2002, al 42%, entre 2011 y 2012 para luego declinar gradualmente y alcanzar el 35% en 2015, a medida que los precios

de dichos productos se ajustaron a la baja. Por lo que actualmente la región es más dependiente de los envíos de materias primas, de lo que era al comenzar este siglo. En la mayoría de los países latinoamericanos, menos del 1% de las empresas exporta, en contraste con lo que ocurre en las economías desarrolladas. Asimismo, el grueso de las exportaciones se concentra en un número muy limitado de empresas, generalmente de gran tamaño (Rosales y Herrero, 2017).

En Cuba, los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, enfocados a la actualización del modelo económico cubano, resaltan la necesidad de recuperar la capacidad exportadora en rubros tradicionales, incrementar sostenidamente y diversificar las exportaciones de bienes y servicios, para revertir el déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos y solucionar las limitaciones financieras que obstaculizan el desarrollo económico del país.

Pero, exportar implica una serie de riesgos mayores que la venta en el propio país y, en consecuencia, hay que conocerlos para poder evitarlos. De esta manera resulta imprescindible adquirir conocimientos del entorno internacional y prepararse para lograr estrategias de exportaciones efectivas. Para el Instituto de Comercio Exterior (INCOMEX) las condiciones que determinan la razón de exportar son: motivación, actitud, aptitud, agilidad de respuesta y servicio al cliente. En primera instancia la empresa debe tener en cuenta una serie de factores que inciden en el desempeño exitoso de esta actividad, a saber:

- Tener una organización que permita llevar a cabo las tareas vinculadas con la exportación.
- Que la dirección de la empresa tenga la motivación, mentalidad y calificación que se requiere para dirigir la actividad de la empresa hacia el mercado externo.
- Que el personal de la empresa vinculado con la actividad de la empresa hacia el mercado externo.
- Darle respuesta de forma ágil a los intereses y/o solicitudes que se le presenten.
- Conocer cuáles de los productos están aptos para la exportación y cuáles en etapa de desarrollo.
- Hacer una evaluación de la capacidad de producción que se utiliza y posibilidades de ampliarse. disponga del conocimiento especializado en la comercialización y experiencia en la exportación.
- Hacer un análisis de la aceptación del producto en el mercado interno.
- La situación financiera de la empresa debe sustentar todo el proceso de exportación.
- Analizar las posibilidades de obtener créditos bancarios.
- Conocer las capacidades de transportación internacional y los fletes, relacionados con sus productos y mercados.
- La calidad de los productos y servicios debe estar acorde con las normas y exigencias establecidas internacionalmente.
- Realizar investigaciones de mercado que le permita determinar los mercados objetivos y disponer de

información sobre éstos y sobre los productos que se proyectan introducir en los mismos.

- Conocer las regulaciones arancelarias y no arancelarias existentes en los mercados objetivos, que se aplicarían al producto.
- Registrar las marcas de los productos en los mercados en los que se vayan a introducir los mismos.
- Determinar los canales de distribución y los socios idóneos para la penetración del mercado.
- Participar en ferias y/o misiones comerciales.
- Elaboración de la Estrategia Comercial Integral y las Políticas de Venta o planes de negocios anuales.
- Conocer y utilizar el apoyo institucional y/o gubernamental a la actividad exportadora.

Tener conocimiento de las cuestiones anteriormente planteadas implica evitar errores en esta actividad. Esta misma fuente cita como errores más frecuentes de las empresas cuando inician o amplían sus operaciones hacia mercados extranjeros los siguientes:

- Ausencia de investigación previa del mercado y de una estrategia de comercialización antes de iniciar la operación de exportación y no solicitar asesoramiento a personas calificadas.
- Insuficiente compromiso del equipo directivo para sobreponerse a las dificultades iniciales y requisitos financieros que entorpece la exportación.
- No tener un personal preparado técnicamente para la atención a las exportaciones y que hable un idioma de uso internacional.
- No dar la debida atención y respuesta a las necesidades y pedidos de los clientes y distribuidores en el exterior.
- Insuficiente cuidado al seleccionar a un representante de ventas o distribuidor.
- Intentar conseguir pedidos del mundo entero en vez de concentrarse en una o dos zonas geográficas.
- Descuido de las exportaciones cuando el mercado doméstico se acelera.
- Suponer que un producto o técnica mercantil específica aplicada en el mercado nacional u otro mercado tendrá automáticamente éxito en todos los países.
- Reticencia a modificar productos para cumplir con los reglamentos o las preferencias culturales de países extranjeros.
- No tener en cuenta la posibilidad de concesión de licencias y alianzas estratégicas, cuando la empresa recela de los mercados extranjeros debido a limitaciones de las importaciones que impone el país de destino o a la insuficiencia de sus recursos propios o de su línea de productos.
- Esperar la casi saturación del mercado interno, antes de comenzar a exportar y consolidar mercados.
- No tener registrada la marca en los mercados objetivos.
- No contar con catálogos, folletos y plegables promocionales de los productos y la empresa en idiomas que se requieran para los mercados de exportación.

- No elaborar correctamente todos los documentos necesarios para la ejecución y cobro de las exportaciones.
- No realizar una adecuada preparación para la negociación y contratación de la exportación.
- No realizar correctamente el marcaje en los embalajes.
- No contar con la información necesaria y actualizada sobre la confiabilidad económica y jurídica de los potenciales clientes.
- Para los productores no facultados a realizar exportaciones, tratar de realizar la operación de exportación sin la intervención de una empresa de comercio exterior con experiencia en negociación internacional.

De esta manera, conocer tales errores, para evitarlos o minimizarlos, y la imprescindible noción del entorno internacional, deviene en mejor preparación para lograr estrategias de exportaciones efectivas. Para ello deben tenerse en cuenta, aspectos tales como el conocimiento de la legislación existente en el país al respecto, contar con la asesoría correspondiente que permita la preparación idónea para llevar a cabo esta actividad.

Indicaciones para la exportación en Cuba

En Cuba, la Resolución 50 de 2014 del MINCEX establece todo lo relacionado con la actividad exportadora. Establece que las entidades elaboran la Estrategia de Exportaciones de los bienes que comercializan, en la que se detallan los principales objetivos cuantitativos y cualitativos que se proponen alcanzar entre tres a cinco años, así como las acciones que acometerán para su cumplimiento.

A partir de esta resolución se elaboraron otros documentos en que también se ofrecen orientaciones al respecto. Tal es el caso del procedimiento para el fomento de nuevos rubros exportables elaborado por la Dirección de Exportaciones del MINCEX en enero de 2019, con el objetivo de institucionalizar los mecanismos de apoyo que se aplicarán a las empresas productoras de bienes y servicios e incrementar el desarrollo de nuevos fondos exportables, el cual identifica conceptos, premisas, mecanismos de trabajo y control, y fases.

En aras de continuar incentivando las exportaciones y la preparación de los directivos que deben impulsarla, la OM-273-L del MINCEX (2018) promulga la ESTRATEGIA INTEGRAL DE EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS (EIEBYS) emitida en marzo de 2019. Con ella se pretende contribuir al trabajo conjunto de productores y exportadores para alcanzar un crecimiento productivo que asegure una mejor eficiencia e imagen del país en las operaciones de exportación y propone un diseño de estrategia general para la exportación de bienes y servicios, que permita una planificación coherente de las acciones y tareas propuestas para cada periodo hasta el año 2030. La EIEBYS, por su alcance, puede considerarse una estrategia maestra, pero también deviene en patrón para la elaboración de estrategias al establecer en su formulación determinados aspectos como:

- Objetivos y prioridades con sus respectivas metas por etapas
- Estudio actualizado del mercado Internacional

- Diagnóstico General (FODA)
- Tareas Generales del Plan estratégico a mediano plazo de la Implementación

De manera particular, la Empresa Acopio Cienfuegos se rige por varias resoluciones que dicta el MINCEX, tales como:

- Resolución 85/2021. Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. “Metodología general para realizar las operaciones de Comercio Exterior de mercancías” (GOC-2021-497-O55)
- Resolución 30/2018 “Procedimiento para el control del cumplimiento de las regulaciones técnicas en los productos de importación y exportación y las indicaciones para la elaboración del procedimiento de inspección de mercancías”. Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. (GOC-2018-155-EX23)
- Resolución 170/2018. Procedimiento para la concesión y cancelación de facultades de comercio exterior; para el otorgamiento, ajuste, modificación y cancelación de nomenclaturas de productos de importación y exportación; y para el otorgamiento de permisos eventuales de importación y exportación de productos. MINCEX (GOC-2018-765-O38).
- Resolución No. 441/2020. “Reglamento para el Registro Fitosanitario de las áreas de producción de artículos reglamentados con destino a la exportación”. Ministerio de la Agricultura. GOC-2020-677-O76.

Ante tanta dispersión y heterogeneidad en las indicaciones con que cuentan los directivos para desarrollar el proceso de formulación de las estrategias de exportaciones y la sistematización del estudio de otros modelos, tanto los del ámbito internacional como nacional, permitieron identificar los elementos que pueden distinguir un procedimiento válido para ello y que armoniza las etapas previstas en el modelo de Wheelen y Hunger, (2007) con las especificidades que se establecen en los documentos que rigen la actividad exportadora en Cuba, que es asumido por Alberto (2019) y que los autores de este trabajo consideran factible de generalizar y aplicar en la Empresa Acopio Cienfuegos.

Tanto en las metodologías estudiadas como en la seleccionada para esta investigación, de una forma u otra se incluye una etapa donde se diagnostica la situación que presenta la empresa con respecto a su entorno, para luego proponer una estrategia. Este paso corresponde generalmente al análisis de las siguientes variables: fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA). El diagnóstico situacional FODA es una herramienta que posibilita conocer y evaluar las condiciones de operación reales de una organización, a partir del análisis de esas cuatro variables principales, con el fin de proponer acciones y estrategias para su beneficio.

En la segunda fase, formulación de la estrategia, se concibe el desarrollo de planes a largo plazo para administrar de manera eficaz las oportunidades y amenazas ambientales con base en las fortalezas y debilidades corporativas.

Incluye la definición de la misión corporativa, la especificación de objetivos alcanzables, el desarrollo de estrategias y el establecimiento de directrices de política.

Un tercer momento dentro de esta fase lo constituye la concepción de la estrategia. La tarea de idear una estrategia implica resolver una serie de “cómos”: cómo hacer crecer el negocio, cómo satisfacer a los clientes, cómo ser mejores que los rivales, cómo responder ante las condiciones cambiantes del mercado, cómo administrar cada parte funcional del negocio, cómo desarrollar las capacidades necesarias y cómo alcanzar los objetivos estratégicos y financieros. También significa elegir entre diversas opciones estratégicas; la búsqueda proactiva de oportunidades de hacer nuevas cosas o hacer las mismas de forma novedosa o mejor (Thompson et al., 2012).

Una vez transitado por esta fase, se procede a la parte ejecutora del proceso: la implementación de la estrategia. La implementación de la estrategia es un proceso mediante el cual las estrategias y políticas se ejecutan a través del desarrollo de programas, presupuestos y procedimientos.

Como fase cuatro se establece la evaluación y control, los que se conciben como un proceso en el que se supervisan las actividades empresariales y los resultados del desempeño, de tal manera que el rendimiento real se compare con el rendimiento deseado. El control de la estrategia y de los planes asegura la retroalimentación del proceso y, por tanto, la introducción de modificaciones en los programas, en los planes, en la estrategia y/o los objetivos. Esta fase completa el modelo de administración estratégica, por cuanto permite descubrir qué ajustes necesita realizar en la formulación de su estrategia, en la implementación de esta o en ambas. Es el punto de partida para decidir si se deben mantener o cambiar la visión y la misión, los objetivos o la estrategia, o bien los métodos de ejecución de la estrategia.

A partir del procedimiento propuesto se exponen los resultados de las fases 1 y 2 del procedimiento en la Empresa Acopio Cienfuegos.

Principales resultados obtenidos con el procedimiento empleado

En la fase 1: el análisis ambiental, se actualizó la presentación en la Empresa de Acopio Cienfuegos. Como parte del análisis de factores internos y externos y la aplicación de la matriz DAFO se pudo determinar que la empresa está en condiciones de trazar una estrategia de exportación, donde se maximicen fortalezas y oportunidades.

El resultado del análisis FODA como una herramienta para ponderar las fortalezas y debilidades de los recursos de la empresa, las oportunidades comerciales y las amenazas externas se muestran en las tablas 1 y 2 que se muestran a continuación. A cada una se le otorgó un valor entre 0 y 3, siendo este último el de mayor valor. La suma de los cuadrantes arrojó los resultados mostrados en las tablas.

Tabla 1: Análisis FODA

Contenido 1 2		Oportunidades					Amenazas				
		3	4	5	1	2	3	4	5		
Fortalezas	1	3	2	2	0	3	0	1	1	0	3
	2	0	2	3	0	3	1	2	1	0	2
	3	1	3	3	2	2	3	3	3	1	3
	4	0	1	2	1	3	0	1	2	1	1
	5	0	2	3	3	14	0	2	0	0	0
Total		4	10	13	6	8	3	6	5	2	9
Debilidades	1	0	1	2	0	3	0	0	0	2	0
	0	2	0	0	1	0	2	3	0	2	
	0	0	2	0	0	0	3	3	0	3	
	0	0	2	0	3	1	1	1	0	1	
	0	3	0	2	3	0	2	2	0	0	
Total		0	6	6	2	10	1	7	8	2	6

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2: Resumen del análisis FODA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	47	25
DEBILIDADES	14	24

Fuente: Elaboración propia.

Se actualizaron los productos que conforman la cartera exportable además del carbón vegetal que es su producto estrella, determinándose los requisitos de seguridad de transportación, de envases y embalajes, presentación y tipos de envases, etiquetado, y evaluación de la efectividad económica.

En la Fase 2: formulación de la estrategia, se reelaboraron la misión y la visión de la entidad, los objetivos estratégicos, la proyección de exportaciones por áreas geográficas. Quedaron declarados los métodos y vías a usar en la comercialización, los programas de capacitación, los sistemas de gestión y certificación de la calidad, de publicidad y promoción, de investigación y desarrollo de nuevos productos; así como la política general de la Empresa Acopio Cienfuegos y las de precios, marca y de registros, patentes, de supervisión y control, y de transporte y seguro. A partir de la profundizar en la formulación de la estrategia de exportación en la empresa la misión y visión quedan redactadas de la siguiente forma:

Misión: el acopio y la comercialización de productos agropecuarios y forestales satisfacen la demanda nacional e internacional.

Visión: somos una empresa moderna, eficiente y eficaz, reconocida en el mercado nacional e internacional por los altos estándares de calidad en la comercialización mayorista y minorista de un variado surtido de producciones agropecuarias y forestales.

Objetivos estratégicos

- Comercializar las producciones de carbón vegetal con clientes mayoristas (según los niveles de producción) fuertemente establecidos en el mercado objetivo proponiendo paquetes de venta que incluyan las diversas calidades y variedades de carbón vegetal para uso doméstico.
- Comercializar el carbón vegetal en sacos de polipropileno (suministrados por la empresa y el cliente) entre 18-20kg (carbón de cítricos y marabú) para la entrega mayorista y en saquitos de formato pequeño y otros (suministrados por el cliente) para su introducción en el mercado minorista.
- Incrementar los volúmenes de exportación de carbón vegetal en pequeño formato de 3, 5, 10 y 15 kg, logrando el 30 % del total exportado como mínimo.
- Comercializar las nuevas calidades de carbón (carbonilla, polvo de carbón y briquetas) a clientes ya establecidos o nuevos para la introducción de estos productos en los diferentes mercados.
- Incrementar la compra de carbón vegetal de maderas duras, semiduras y mezcla a productores nacionales.

Productos que conforman la cartera exportable

Existen varios productos que conforman la cartera exportable como:

Producto: 070960 Ají Picante (Chile Habanero)

Producto: 080550 Lima Presa

Producto: 080450 Mango y mangostanes (frescos y secos)

Pero, en estos momentos están en fomento por lo que la empresa está enfocada en la exportación del carbón vegetal que se comporta de la siguiente forma:

Producto: 440290 Carbón Vegetal Marabú.

Certificación del producto: se tendrá en cuenta la NC: 580: 2008

Requisitos de seguridad para la transportación:

- El contenido de humedad no debe superar el 7%.
- La exportación debe realizarse en bolsas dentro del contenedor.
- Es obligatorio que el contenedor esté identificado con el logotipo que muestre que contiene un producto auto inflamable.
- El carbón no debe chispear y las bolsas deben estar cosidas.

Requisitos de envases y embalaje

- Se requiere que el carbón se almacene en bolsas de polipropileno dentro del contenedor.
- Consumidor final. Se debe fraccionar y envasar con la marca y demás especificaciones que solicite el comprador, quien puede solicitar distintas clases de envases, por ejemplo, un tipo de bolsa o caja de cartón que contenga cierta cantidad de paquetes de 3, 5 o 10 kilogramos.

Etiquetado del producto

Las etiquetas siempre deben constar los siguientes datos generales:

- Las instrucciones de uso y la advertencia de riesgo previsible.
- El nombre genérico del producto.
- La identificación del responsable del producto.
- La etiqueta de certificado FSC (Consejo de Administración Forestal). Contar con una certificación de este tipo permite que los consumidores conozcan que el producto ofertado se ha obtenido mediante prácticas responsables, así como facilita el acceso a mercados altamente sensibles a la ecología.

Presentación y tipos de envases

- Saco de 15-22 kg, cosido en la boca de forma mecanizada o incluso a mano y colocado directamente en el contenedor, sin presencia de tierra o polvo, ni rotura.
- Saco de 10-15 Kg cosido en la boca de forma mecanizada o incluso a mano y colocado directamente en el contenedor, sin presencia de tierra o polvo, ni rotura.
- Saquitos de 3 Kg con medidas de 47 x 22 x 13 cm, agrupados en cantidades de 5 en bolsas de exportación.
- Saquitos de 3 Kg con medidas de 20 x 12 x 50 cm, agrupados en cantidades de 6 en bolsas de 18 kg.

Selección de mercados objetivos

Producto: 440290 carbón vegetal Marabú.

Destinado a Grecia, Turquía, Portugal, España, Italia, Chipre, Alemania, Bulgaria, Bélgica, Israel, Países Bajos, Suecia, Francia, República Checa, Reino Unido, Canadá, Rumania, Líbano, Arabia Saudita, Jordania, Malta, Qatar, Austria, Noruega.

Proyección de exportaciones por áreas geográficas

La proyección para las exportaciones de la Empresa Acopio Cienfuegos estará enfocado al mantenimiento de productos consolidados que hoy tienen posicionada a la empresa en los mercados actuales. Seguir exportando el carbón vegetal a Europa, Medio Oriente y Canadá; y se buscarán nuevas oportunidades de inserción en otros mercados potenciales que aún no se han explorado.

Conclusiones

Formular una estrategia de exportaciones requiere del conocimiento y preparación para la actividad exportadora por parte del equipo de dirección de la empresa, que se enfoque a la satisfacción del cliente, al incremento de la cuota de mercado y minimización de las amenazas de la competencia. Para la formulación de estrategias existen variados criterios, en correspondencia con las razones que defienden sus autores ya sean desde posiciones académicas o prácticas. En Cuba, también se han dictado normas y pautas para confeccionar planes y estrategias.

En el presente trabajo se asume el procedimiento de Alberto (2019) que ajusta las etapas previstas en el modelo de Wheelen, & Hunger, (2007) a las especificidades que se establecen en los documentos que rigen la actividad exportadora en Cuba. El procedimiento propuesto relaciona los fundamentos teóricos, metodológicos y prácticos que desde el ámbito internacional y nacional se enuncian; ofrece, además, cientificidad a las fases que lo integran.

Referencias bibliográficas

- Alberto, A. (2019). *Estrategia de exportaciones de la empresa Cementos Cienfuegos S.A.*, [tesis de maestría, Universidad de Cienfuegos].
- Bojórquez, E. (2011). *Estrategia de exportación de ROAD-MAG a nuevos mercados, Salmag LTDA.*, [tesis de maestría, Universidad de Santiago de Chile].
- Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. (2014). *Reglamento General sobre la actividad de Importación y Exportación. Resolución N. 50 de 2014.* <https://procuba.pyxelsolution.com/leyes-y-regulaciones-para-la-exportacion-en-cuba/>
- Ministerio del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera (2018). *Estrategia Integral de Exportaciones de Bienes y Servicios.* <https://procuba.pyxelsolution.com/leyes-y-regulaciones-para-la-exportacion-en-cuba/>
- Resolución 85/2021. (2021). *Metodología general para realizar las operaciones de Comercio Exterior de mercancías GOC-2021-497-O55.* Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. Gaceta oficial de Cuba. <http://www.gacetaoficial.gob.cu>
- Resolución 441/2020. (2020). *Reglamento para el Registro Fitosanitario de las áreas de producción de artículos reglamentados con destino a la exportación GOC-2020-677-O76.* Ministerio de la Agricultura. Gaceta oficial de Cuba. <http://www.gacetaoficial.gob.cu>

Resolución 30/2018. (2018). *Procedimiento para el control del cumplimiento de las regulaciones técnicas en los productos de importación y exportación y las indicaciones para la elaboración del procedimiento de inspección de mercancías GOC-2018-155-EX23*. Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera. Gaceta oficial de Cuba. <http://www.gacetaoficial.gob.cu>

Resolución 170/2018. (2018). *GOC-2018-765-O38. Ministerio de Comercio Exterior y la Inversión Extranjera*. Gaceta oficial de Cuba. <http://www.gacetaoficial.gob.cu>

Ferrel, O., y Hartline, M. (2012). *Estrategia Marketing*. https://www.academia.edu/8061073/Estrategia_Marketing_Ferrel_Hartline_2012

Rosales, O., y Herrero, S. (2017). Desafíos de la competitividad exportadora en América Latina y el Caribe. *Estudios internacionales*. *Santiago*, 49, 125-141. <https://doi.org/10.5354/0719-3769.2017.47536>

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., y Strickland III, A. J. (2012). *Administración estratégica. Teoría y Casos*. https://www.academia.edu/30311254/Administracion_Estrategica_Arthur_A._Thompson_and_Gamble

Wheelen, T. y Hunger, J. D. (2007). *Administración estratégica y política de negocio*. Naucalpan de Juárez, Pearson Educación.

Anexo



Análisis del uso de las plataformas digitales de la Universidad de las Artes

Analysis of the use of the digital platforms of the Arts University

Sahily Báez Almeida¹

E-mail: sbaez0195@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8959-4930>

¹Universidad de las Artes. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Báez Almeida, S. (2024). Análisis del uso de las plataformas digitales de la Universidad de las Artes. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 196-204. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Las plataformas digitales se han establecido como parte de la sociedad actual por lo que es importante comprender su funcionamiento e impacto. La diversidad de diseños y formas de apropiación, así como las facilidades que brindan, han hecho que sean cada vez más atractivas y populares. Son canales idóneos para que las organizaciones se relacionen con sus públicos y ayude a la creación de una imagen deseada que repercuta en el logro de sus objetivos. La presente investigación tiene como objetivo general analizar el uso de las plataformas digitales de la Universidad de las Artes para conocer el estado en que se encuentra la comunicación digital con el fin de optimizar la gestión de la comunicación.

Palabras clave:

Gestión de la comunicación, Comunicación digital, Plataformas digitales, Medios sociales.

ABSTRACT

Digital platforms have become integral to contemporary society, thus understanding their functioning and effects is crucial. Their diverse designs and modes of use, coupled with their convenience, have made them increasingly appealing and ubiquitous. They represent optimal channels for organizations to connect with their audiences, shaping desired perceptions that can affect the achievement of their goals. The primary aim of this research is to analyze the use of the digital platforms of The Arts University to know the state of the digital communication with the purpose of optimizing the communication management.

Keywords:

Communication management, Digital communication, Digital platforms, Social media.

Introducción

La comunicación es clave para conectar la organización y sus integrantes, provocando así la sinergia entre los componentes que la forman. Reafirmando el carácter transversal que posee, el cual se refiere a la comunicación como eje de toda la organización (Rivero, 2018). Se erige, además, como un mecanismo para que los individuos se adapten a la organización y a su vez, la organización se integre a su entorno social global. Estos procesos comunicacionales tienen como finalidad la construcción de sentidos, dar significado y difusión a las acciones organizativas; integrando las estrategias de información y de relación utilizando flujos informativos y relacionales para conducir e impulsar el fortalecimiento del concepto organizacional (Sánchez, 2020).

Según Sánchez (2020) “para que la comunicación en las organizaciones tenga sentido, hay que entenderla cada vez menos como información y cada vez más como relación, diálogo, encuentro de intencionalidades” (s.p). Es una herramienta que actúa para apalancar los recursos y capacidades de la organización en el contexto social (Costa, 2019). La integración de las acciones bajo una orientación estratégica común es una de las principales funciones de la comunicación organizacional y destaca su papel gestor para la coordinación efectiva de las comunicaciones tanto internas y externas. Su esencia es “transmitir una identidad y empatizar para generar la reacción deseada” (Hidalgo et al., 2020, p.7), en la cual busca alinear los intereses de la institución y sus públicos para lograr los objetivos de ambos (Capriotti, 2021).

La comunicación organizacional es un elemento que influye en el desarrollo de las instituciones. Su gestión estratégica contribuye al cumplimiento de la misión y los objetivos propuestos, así como a optimizar recursos y procesos. Establecer una relación dialógica con sus públicos y su entorno social global es uno de sus principales beneficios, conectando, de esta forma, intereses, voluntades y emociones. La comunicación influye en la conformación y consolidación de la cultura organizacional y la imagen corporativa, creando valores intangibles que distinguen a la entidad de otras con funciones similares.

Por otra parte, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) con sus potencialidades interactivas, su instantaneidad y su carácter multimedial, se convirtió en un medio oportuno para la inserción de las organizaciones. Para tener una noción del crecimiento y expansión del ámbito digital, según los datos de del informe de enero del 2023 de la agencia creativa We Are Social & Meltwater, el 64.4 % de la población mundial posee Internet de los cuales el 60% son usuarios de plataformas de medios sociales. Por lo que se evidencia que este determinado tipo de plataformas ha logrado captar la atención de las personas como espacios en los cuales prefieren estar. Lógicamente, las instituciones también deben acercarse a estos espacios para poder relacionarse con sus públicos, estableciéndose en los escenarios donde estos confluyen con el fin de establecer un dialogo proactivo. En el mismo reporte se hace referencia a que los principales motivos por los cuales las personas usan Internet, a partir de una encuesta global a internautas entre 16 a 64 años, el 57.8 % plantea que lo usa para encontrar información seguido por mantener el

contacto con familiares y amigos (53.7%), actualizarse sobre noticias y eventos (50.9%) y mirar videos (49.7 %).

En el caso de Cuba, más de 7,5 millones de personas tienen acceso a Internet, siendo la principal vía de conexión a la red de redes es la telefonía móvil con 6,3 millones en cuatro años (Prensa Latina, 2022). Según las estadísticas del año 2022, Facebook (4,1 millones de suscriptores) es la red social más usada por los cubanos seguida por YouTube (3,9 millones); WhatsApp (3,9 millones), Telegram (3,7 millones) y Twitter (3,7 millones), en este periodo se evidenció un crecimiento de la mensajería instantánea 135 TB en relación con el año anterior; así como del consumo de video y fotos el cual aumentó en un 203 TB con respecto a igual periodo del año anterior (Pérez, 2022).

Las plataformas digitales permiten establecer un dialogo proactivo propiciando la retroalimentación y la creación de un vínculo/relación con los públicos estratégicos y las instituciones. Con la finalidad de generar valores positivos que permitan fidelizarlos y establecer una comunidad. Para ello, es necesario la generación de contenido de valor que responda a las necesidades y gustos de las audiencias, y que estén en correspondencia con las políticas y objetivos comunicacionales de la organización.

La universidad, como institución fundamental de la sociedad, debe aprovechar las potencialidades que brinda la comunicación digital (Oliveira et al., 2022). Son múltiples las herramientas y plataformas que las universidades podrían usar para fomentar una comunicación eficiente con sus públicos y transmitir su marca acorde con sus objetivos estratégicos. Pero, más allá de las opciones disponibles, lo importante en este entorno es tener una estrategia consistente para crear una imagen única y uniforme (García, 2018) y entender dichas plataformas como soportes de comunicación que forman parte de la estrategia de Social Media (Szwajca, 2017).

La transmisión de la marca universitaria en el espacio online ofrece grandes retos tanto a nivel práctico como académico. Las Instituciones de Educación Superior (IES) deben optimizar el uso de las plataformas digitales para mostrar su calidad académica, mejorar su competitividad, su impacto social y a su vez, satisfacer las demandas de sus usuarios (García, 2018). Para ello tiene que entenderse a la comunicación como “una herramienta fundamental para conectar universidad y sociedad, como altavoz de la actividad académica, investigadora” (García, 2018, p.24).

El sitio web de una universidad es una herramienta importante para informar y promocionar la institución y sus programas académicos, mostrar su filosofía educativa, su historia y sus logros, y proporcionar información detallada sobre sus programas, requisitos de admisión y plazos. Es un espacio para comunicarse con sus públicos, exponer los eventos, proyectos y actividades que desarrolla la institución; lo que permite conocer el trabajo de la comunidad. Además, puede potenciar en vínculo entre instituciones, lo que se traduce en colaboraciones, proyectos creativos, participación en eventos/concursos e intercambio académico.

Por otra parte, los Sitios de Redes Sociales (SRS) pueden favorecer el rendimiento académico y los procesos de

enseñanza (Arshad et al., 2018), así como posicionarse a nivel nacional e internacional (Pringle y Fritz, 2019). Los objetivos para su uso pueden ser: reclutar, retener, informar (Mogaji, 2019), incrementar el reconocimiento, mejorar la reputación, fomentar la lealtad y promover la recomendación (Segura, 2020).

Las mejores universidades aprovechan las ventajas de los SRS para difundir información institucional de interés de sus públicos, con el propósito de involucrar a sus grupos de interés, porque sus opiniones en los medios convencionales no son posibles (Bellucci et al., 2019). Igualmente, tienen la posibilidad de proyectar sus actividades de responsabilidad social (Cea, 2018), pues son referentes mundiales en procesos de igualdad y de globalización del conocimiento, de manera que la audiencia debería percibir una cooperación entre universidades y no una competencia.

Las redes sociales digitales pueden ser una herramienta poderosa para promocionar la universidad y sus programas, fomentarla participación y mantener el diálogo con los estudiantes, profesores y miembros de la comunidad con el fin de crear una comunidad en la cual compartan sus ideas e interactúen con otros creativos. Así se puede establecer una conexión con los públicos estratégicos de manera más efectiva y en tiempo real. Estas conexiones impulsan la colaboración entre estudiantes, profesores y otros miembros de la comunidad académica, así como con otras instituciones similares. Por lo que se planteó como objetivo del estudio: Analizar el uso de las plataformas digitales de la Universidad de las Artes (ISA) de Cuba.

Materiales y métodos

El presente estudio clasifica como empírico-descriptiva, longitudinal-retrospectivo, mixto predominantemente cuantitativo. La población está constituida por el contenido de las plataformas digitales del ISA. La muestra clasifica como no probabilística intencional, de tipo opinático o intencional enmarcado en el contenido compartido por el ISA en el período de octubre y noviembre de año 2021.

Se utilizó el análisis de contenido, la cual es una técnica de investigación de gran utilidad para analizar los procesos de comunicación en diversos contextos. En el marco esta investigación se aprovecha esta técnica para realizar el análisis de las plataformas digitales que posee la organización, hágase referencia a su sitio web institucional y sus perfiles en Facebook, Twitter, YouTube e Instagram. Los indicadores para evaluar las plataformas digitales de la organización fueron los siguientes:

- Sitio web institucional
- Estructura
- Diseño web
- Contenidos
- Actualización
- Posicionamiento
- Visitas al sitio
- Tráfico web
- Demografía

- Dispositivos utilizados
- SRS
- Diseño visual e informacional de la cuenta
- Comunidad
- Demografía
- Publicaciones en el período

Se emplearon las siguientes herramientas y softwares para el proceso de estudio de los indicadores definidos: Google Analytic, Metricool, YouTube Analytics, Smallseotools.com, Google Trends, Ubersuggest y Ahrefs.

Resultados-discusión

El sitio web de la Universidad de las Artes se encuentra en la dirección www.isa.cult.cu, como se puede apreciar la URL del sitio es bastante simple lo que favorece a su memorización. El Diseño Web (DW) y la Arquitectura de la Información (AI) son sencillos, con colores, que están en correspondencia con la imagen corporativa, lo cual favorece al reconocimiento de la institución por parte de los usuarios. El fondo es blanco lo que contribuye a la percepción de limpieza y claridad. Cuenta con un diseño responsive y es de fácil comprensión para el usuario, lo que propicia una navegación fácil e intuitiva.

Contempla enlaces a otras páginas: Presidencia de Cuba, Asamblea del Poder Popular, Ministerio de Cultura (MINCULT), Ministerio de Educación Superior (MES), Asociación Hermanos Saiz (AHS) y la Unión de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC). Igualmente, recoge los enlaces a las cuentas institucionales en los RSR que posee este centro de altos estudios. Incluye un buscador en la parte superior derecha y no contempla espacio para comentarios, chat, preguntas frecuentes, ni ningún otro mecanismo de retroalimentación o interacción más allá de los contactos facilitados, los cuales incluyen los contactos de las principales autoridades de la universidad, el correo: contacto@isa.cult.cu-para preguntas, inquietudes y orientaciones- y los enlaces a los sitios de redes sociales.

En la página principal-en inglés homepage-se encuentra el logo de la Universidad de las Artes acompañado una imagen perteneciente a la distintiva arquitectura de este centro. Cuenta con una sección, ¿Qué sucede en el ISA?, en la que se recogen los últimos artículos publicados, enlace a los SRS, enlaces a otras páginas, dirección, correo electrónico y teléfono de contacto. Como deficiencia se encontró que no existe en esta página un espacio para la galería de imágenes, la cual contribuiría a enriquecer la página e impactar visualmente a los usuarios.

El sitio cuenta con un menú desplegable de acceso a otras páginas e información dentro del sitio, entre ellas se encuentran:

- Nosotros (Quiénes Somos, Autoridades, Personalidades, Egresados)
- Estudios (Carreras, Maestrías, Doctorados, Cursos de Posgrado, Cursos de Extensión)
- Investigación (Líneas de Investigación, Proyectos de Investigación, Ediciones Cúpulas, Biblioteca de las Artes)

- Desarrollo Cultural (Jornadas y Eventos, Cátedras Honoríficas)
- Internacional (Cooperación Internacional)

A nivel de contenidos, es mayoritariamente informativo. Se destacan las noticias del ámbito cultural y de la universidad, artículos relacionados con el ámbito cultural, convocatorias a talleres y eventos, notas de prensa, proyectos institucionales y artículos relacionados con profesores y estudiantes. En el cual las noticias relacionadas directamente con la organización representan solo el 36,2% del total, lo cual demuestra un predominio significativo de contenido externo. Se valora que esta es una de las principales deficiencias del sitio web. Debido a que los usuarios visitan el sitio con el fin de responder a una necesidad-sea orientativa, informativa, explicativa, investigativa, etc.- que tienen de la Universidad de las Artes. Siendo este contenido propio el más relevante tanto para el visitante como para la plataforma, pues su razón de ser responde precisamente a ello, a ser la representación virtual de la organización.

El registro lingüístico utilizado en el sitio es limpio y comprensible para la media poblacional y se encuentra únicamente en el idioma español. Es recomendable poseer una versión en otro idioma, específicamente el inglés por el número de personas que lo dominan, aunque se explicó que hasta la fecha siendo monolingüe del sitio responde a los intereses de la universidad, pero teniendo en cuenta proyecciones futuras del centro será necesario plantearse el diseño bilingüe de la plataforma.

En materia de recursos utilizados, se emplean textos e imágenes. Las imágenes disponibles poseen calidad visual y sus dimensiones posibilitan su carga rápida por lo que no dificulta la navegación. Es importante destacar que no se contempla el uso de otros géneros gráficos y audiovisuales que, sin embargo, podrían explotarse teniendo en cuenta la naturaleza del sitio, como las infografías y enlaces a videos, pues no se puede subir directamente videos por el límite de capacidad de espacio del sitio web.

La actualización del contenido es frecuente, en los meses de octubre y noviembre se realizaron un total de 69 publicaciones, lo cual representa una media de 1,1 publicaciones por día. Por lo que se puede afirmar la constatación de actualización.

Sobre el estado del posicionamiento web se realizó un monitoreo en tres buscadores: Google, Bing y Yahoo! Permitiendo realizar un análisis más profundo. En el caso de Google, el primer lugar para las palabras claves "Universidad de las Artes ISA" e "ISA" resultó ser el sitio web www.isa.cult.cu. Este resultado puede ser debido a que el sitio fue diseñado en WordPress, el cual es muy amigable con esta plataforma. Esto no demerita al trabajo que se ha venido desarrollando el cual será presentado más adelante. En el caso de Bing y Yahoo! la primera palabra clave, "Universidad de las Artes ISA", obtuvo la primera y la segunda posición respectivamente. Mientras que la segunda palabra no arrojó como resultado el sitio web de la universidad. Se puede afirmar que la primera palabra clave, que es el nombre de la institución, está bien posicionada. Pero no es el caso del segundo término, que son las siglas de la organización, la cual solo está bien posicionada en Google.

Con el propósito de tener un acercamiento a posibles palabras claves se realizó un breve estudio utilizando la aplicación Google Trends; que permitió reconocer, en función de áreas geográficas específicas, los volúmenes de búsqueda en relación al ISA y los términos más utilizados por los usuarios para hacerlo. Al hacer una búsqueda al nivel global se identificó el año 2009 como el de mayor volumen para luego decrecer y mantenerse más o menos constante hasta la actualidad. De los términos utilizados solo "ISA" obtuvo datos significativos. En Cuba, del año 2009 al 2014, fueron los picos más elevados de búsquedas. Mientras que en Estados Unidos y México fue en el año 2009. En estos tres países, en años sucesivos se percibe un decrecimiento considerable en relación a las estadísticas de esos años. Por su parte, en España en el 2019 hay un crecimiento considerable con respecto a años anteriores para luego decrecer, pero con valores más elevados.

Para medir el Page Rank (PR) se utilizó la herramienta Smallseotools.com, la cual devolvió una evaluación media al sitio www.isa.cult.cu, otorgándole un valor de 5 en base a 10, como se aprecia en la Figura 1, lo cual no es ni negativo ni positivo, demostrando que aún es posible una mejor optimización.

Fig 1: PR del sitio web



Fuente: Smallseotools.com

En cuanto al análisis de los enlaces salientes se constató que 4 de 6 tienen una buena en el PR, siendo catalogados de 6, es decir por encima de la media. Mientras los otros dos enlaces obtuvieron una evaluación menor al del propio sitio web (4), encontrándose por debajo de la media.

En paralelo, las herramientas estadísticas online Ahrefs y Ubersuggest para un análisis más profundo. Ahrefs proporcionó la clasificación del dominio, Domain Rating (DR), la cual fue de 72 en base a 100, como se observa en la Figura 2, lo que demuestra la fortaleza de un enlace que se dirige al sitio. Un resultado satisfactorio que se obtuvo al identificar 115k enlaces con un 99% de dofollow¹ y 496 web que enlazan con un 68% de dofollow.

Fig 2: DR del sitio web



Fuente: Ahrefs

¹ El enlace dofollow es un enlace a través del cual Google puede transmitir señales de confianza desde el sitio que aloja el enlace hasta el que lo recibe

Estos datos están en correspondencia con los obtenidos de Ubersuggest que se muestran en la Figura 3, los cuales arrojaron resultados positivos. La Autoridad de Domino, Domain Authority (DA), fue de 66 y el Dominios de Referencia 14.421 lo cual fue catalogado de «genial» por la herramienta. A su vez, los enlaces entrantes, Backlinks, fueron definidos como «increíble».

Fig 3: DA, DR y Backlinks del sitio web



Fuente: Google Analytics

En ambos meses predominaron las Búsquedas orgánicas como canal principal de tráfico, en octubre en un 43,9% y en noviembre en un 58,4%. Por otra parte, la Figura 5 demuestra que las principales visitas proceden de Cuba, seguido por Estados Unidos y en un menor número de México, España, Brasil y Colombia. Los móviles fueron los dispositivos más utilizados para iniciar sesión en la página en ambos meses, en un 77,3% y un 73,6% respectivamente,

por lo que se evidencia la importancia de poseer un diseño responsive.

Fig 5: País de los usuarios que visitan el sitio web

Octubre

País	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones
	4.372 % del total: 100,00 % (4.372)	3.931 % del total: 100,00 % (3.930)	5.403 % del total: 100,00 % (5.403)
1. Cuba	2.459 (56,10 %)	2.084 (53,01 %)	3.223 (59,65 %)
2. United States	465 (10,61 %)	448 (11,40 %)	486 (9,00 %)
3. Mexico	206 (4,70 %)	196 (4,99 %)	252 (4,66 %)
4. Spain	139 (3,17 %)	132 (3,36 %)	147 (2,72 %)
5. Colombia	132 (3,01 %)	126 (3,21 %)	156 (2,89 %)
6. Brazil	79 (1,80 %)	78 (1,98 %)	94 (1,74 %)
7. Germanv	64 (1,46 %)	62 (1,58 %)	71 (1,31 %)

Noviembre

País	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones
	3.721 % del total: 100,00 % (3.721)	3.341 % del total: 100,06 % (3.339)	4.669 % del total: 100,00 % (4.669)
1. Cuba	2.072 (55,92 %)	1.757 (52,59 %)	2.753 (58,96 %)
2. United States	351 (9,41 %)	333 (9,97 %)	375 (8,03 %)
3. Brazil	295 (7,90 %)	294 (8,80 %)	360 (7,71 %)
4. Mexico	202 (5,41 %)	190 (5,69 %)	250 (5,35 %)
5. Spain	116 (3,11 %)	111 (3,32 %)	130 (2,78 %)
6. Colombia	93 (2,49 %)	90 (2,69 %)	108 (2,31 %)
7. Germanv	54 (1,45 %)	50 (1,50 %)	61 (1,31 %)

Fuente: Google Analytics

La página de la Universidad de las Artes en Facebook tiene por nombre ISA, Universidad de las Artes, reconocida por la arroba @ISA.Universidad. Su URL es <https://www.facebook.com/ISA.Universidad> y es administrada por el perfil de Facebook ISA Cuba, cuyo URL es <https://www.facebook.com/isa.cuba76>, este perfil fue creado específicamente para la administración de la página. Pertenece a la categoría Centro de formación profesional.

La página contaba como foto de perfil el logo del 45 aniversario de la universidad, utilizada desde 28 de junio de 2021, y como foto de portada una imagen correspondiente a la campaña del 45 aniversario, utilizada desde el 28 de junio de 2021, ambas imágenes cumplen con las medidas recomendadas, 180x180px y 820x312px respectivamente. En el mes de noviembre estas fueron actualizadas en correspondencia con la campaña Cuba Vive que se estaba desarrollando a nivel nacional. Se presenta como: Universidad de las Artes, única de su tipo en la República de Cuba, fundada como Instituto Superior. Su calificación es de 4,8, posee un enlace al sitio web y un botón al correo electrónico contacto@isa.cult.cu. Además, presenta la ubicación del centro.

La página está vinculada al Streaming Cuba del MINCULT. A su vez, posee tres botones de respuesta rápida en Messenger los cuales están en correspondencia con las preguntas de mayor frecuencia. Hasta el cierre del mes de noviembre la página contaba con un total de 15 640 seguidores, 13 636 me gusta y 1568 visitas a la página.

En el mes de octubre se realizaron un total de 163 publicaciones y en el mes de noviembre 175, lo que da una media de 5,2 y 5,8 publicaciones por día respectivamente, lo que evidencia una constante actualización de la página, pero un exceso de post recomendados para esta plataforma. En consecuencia, el algoritmo invisibiliza las últimas publicaciones realizadas y los usuarios se pueden sentir saturados con la abundancia de contenidos. Las publicaciones que predominan son las informativas-promocionales. Las fechas y horarios se realizan en dependencia del acontecer de la universidad, teniendo en cuenta lo que sucede dentro de la misma, predominando los días de lunes a viernes en el horario en que se encuentra abierta la universidad. Se publicó sobre:

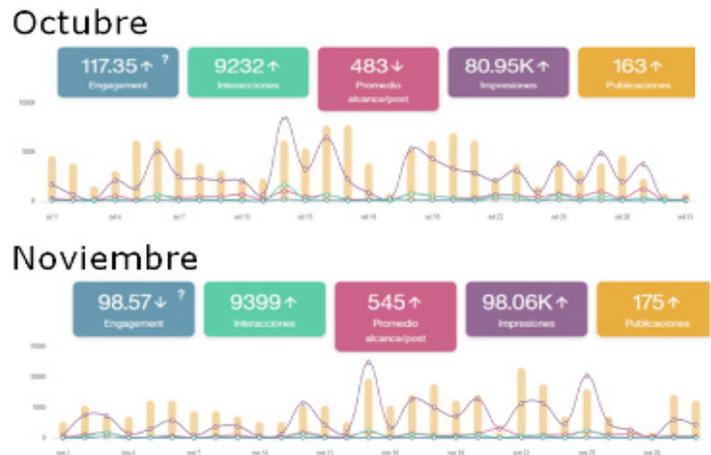
- El quehacer de la universidad y sus facultades: eventos, talleres, conferencias magistrales, convocatorias, informaciones, actividades, visitas de personalidades a la universidad, proyectos de cooperación internacional y visitas a las filiales.
- Actividades culturales nacionales: convocatorias a eventos concursos y jornadas artísticas.
- Fechas significativas: Días internacionales, fechas nacionales conmemorativas.
- Se compartieron los enlaces de los artículos del sitio web.
- Felicitaciones a personalidades de la cultura, estudiantes y profesores por su cumpleaños o por sus logros alcanzados.
- Pésame ante la noticia del fallecimiento de profesores de la universidad y personalidades destacadas de la intelectualidad, la cultura y la pedagogía.
- Defensa de la postura política de la soberanía cubana ante campañas subversivas.

El lenguaje que se utiliza es jovial, cercano y coloquial, aunque manteniendo el respeto hacia los lectores. Se emplea frecuente los emojis para recalcar la emoción que se les impone a los textos planos. Se utilizan los hashtags con predominio de algunos como: #ISA_Universidad, #45Aniversario, #ISA_Convocatoria, #JornadaCulturaCubana y #TraspososEscénicos. Estos dos últimos correspondientes a dos eventos de gran importancia en los meses seleccionados. En ocasiones se utiliza la ubicación y se menciona a personas y organizaciones que estén relacionadas con la publicación, pero no se usan las emociones. Los enlaces que se comparten son recortados en <https://bitly.com>.

Las publicaciones son acompañadas de elementos visuales para aumentar su impacto y despertar el interés de la audiencia. En ambos meses predominó como tipo de publicación los videos y en un segundo lugar las imágenes y álbumes respectivamente. En la Figuras 6 se muestran las métricas de las publicaciones realizadas. En el caso específico de las interacciones en ambos meses, se destacaron las reacciones y los clics como las principales acciones realizadas por los usuarios. En ambos meses las estadísticas alcanzadas se muestran constantes, sobresaliendo las del mes de octubre con respecto a las del mes de noviembre. Se muestra la interacción constante de los usuarios con la página de Facebook, pero tomando de referencia la

cantidad de seguidores que cuenta la misma, no se puede considerar estos valores como altos.

Fig 6: Métricas de las publicaciones de la página en Facebook



Fuente: Metricool

En el cuanto a la demografía, las estadísticas aportadas permitieron apreciar que el 56% de los seguidores de la página son mujeres y el 44% hombres. El rango etario predominante es de 25 a 34 años. Los países con mayor representatividad de seguidores son, en orden: Cuba, México, Estados Unidos, España y Colombia.

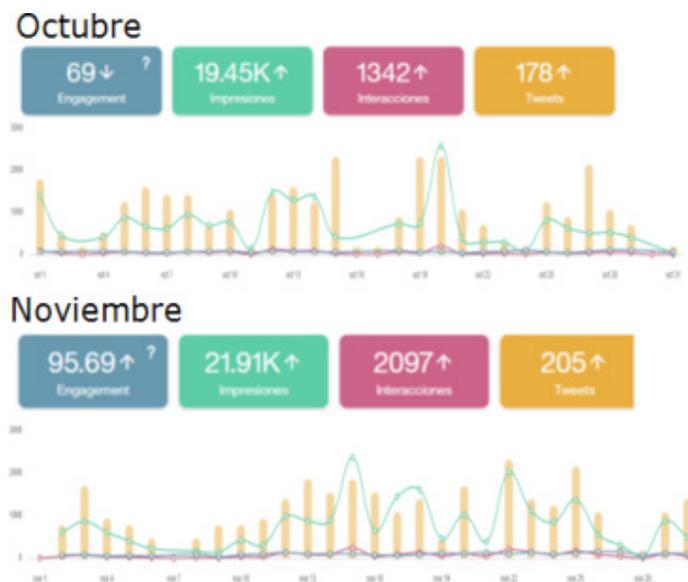
La cuenta de la Universidad de las Artes en Twitter tiene por nombre ISA y como nombre de usuario @ISA_Universidad. Su URL es https://twitter.com/ISA_Universidad. La cuenta contaba como foto de perfil el logo del 45 aniversario de la universidad, utilizada desde 28 de junio de 2021, y como foto de portada una imagen correspondiente a la campaña del 45 aniversario, utilizada desde el 28 de junio de 2021, ambas imágenes cumplen con las medidas recomendadas, 400x400px y 1500x500px respectivamente. En el mes de noviembre estas fueron actualizadas en correspondencia con la campaña Cuba Vive que se estaba desarrollando a nivel nacional. Se describe como: Universidad de las Artes, única de su tipo en la República de Cuba, fundada como Instituto Superior de Arte, en 1976. Tiene como localización a Cuba y posee el enlace al sitio web www.isa.cult.cu. Hasta el cierre del mes de noviembre contaba con un total de 5286 seguidores, 1620 seguidos y 12214 tweets.

En el mes de octubre se realizaron un total de 178 tweets y en el mes de noviembre 205, lo que da una media de 5,74 y 6,83 publicaciones por día respectivamente, lo que evidencia una constante actualización de la página, pero un exceso de post recomendados para esta red social. Las publicaciones que predominan son las informativas-promocionales, al igual que en Facebook. Las fechas y horarios se realizan en dependencia del acontecer de la universidad, teniendo en cuenta lo que sucede dentro de la misma, predominando los días de lunes a viernes en el horario en que se encuentra abierta la universidad. El contenido de las publicaciones coincide con las identificadas en la página de Facebook.

El lenguaje que se utiliza es breve, cercano y coloquial, aunque manteniendo el respeto hacia los lectores. Se emplean los emojis para recalcar la emoción y hacerlos más atractivos. Los hashtags son obligatorios y solo dos por tweet, predominan los siguientes: #ISA_Universidad, #45Aniversario, #ISA_Convocatoria, #JornadaCulturaCubana y #TrasposEscénicos. Estos se pueden encontrar de dos formas: intercalados con el texto o al final de estos. Las publicaciones son siempre acompañadas de elementos visuales para aumentar su impacto y despertar el interés de los usuarios. En ambos meses predominó el contenido original, siendo este el protagonista. En ocasiones se menciona a personas y organizaciones que estén relacionadas con la publicación, al igual que se etiquetan en las fotos a los perfiles de los principales directivos de la organización. Los enlaces que se comparten son recortados en <https://bitly.com>.

En la Figuras 7 se muestran las métricas de las publicaciones realizadas. En el caso específico de las interacciones, en ambos meses, se destacaron los me gusta y los retweets como las principales acciones realizadas por los usuarios. El mes de noviembre superó estadísticamente al mes anterior, aunque los indicadores se muestran constantes.

Fig 7: Métricas de los tweets en la cuenta @ISA_Universidad



Fuente: Metricool

En el mes de octubre se alcanzó un total de 347 menciones, mientras que en noviembre existió un crecimiento considerable, alcanzando un total de 1739 menciones. La causa de este incremento puede deberse a la convocatoria de ingreso al ISA para la cual se realizó una conferencia de prensa por lo que varios medios de prensa nacionales con presencia en Twitter hicieron eco en esta red social de uno de los momentos más importantes que tiene este centro, su proceso de ingreso. Los principales seguidores son de Cuba, Estados Unidos, España, México y Venezuela.

El canal de la Universidad de las Artes en YouTube tiene como nombre ISA Universidad de las Artes, @ISA_Universidad, su URL es <https://www.youtube.com/c/ISAUniversidaddeLasArtesCuba>. Se creó a partir del

correo isa.universidaddelasartes@gmail.com. La página cuenta como foto de perfil con el logo de la universidad, acompañada de foto de portada con la imagen distintiva de su arquitectura. Ambas imágenes cumplen con las medidas recomendadas, 800x800px y 2560x1440px respectivamente.

Se describe como: Este es el canal de YouTube de la Universidad de las Artes de Cuba, única de su tipo en el país. En la actualidad es imposible hablar de Arte y Cultura en Cuba sin mencionar la influencia del ISA en la creación artística del país. Con un claustro de excelencia y alta selectividad en su alumnado, la Universidad de las Artes ha ganado un merecido prestigio en Cuba y otros países del mundo. Cuenta con enlace al sitio web y al resto de las redes sociales de la universidad. Su contenido está agrupado por listas de reproducción para auxiliar a la búsqueda y consumo del contenido por parte de los usuarios.

Hasta el cierre del mes de noviembre el canal contaba con un total de 378 suscriptores. En el mes de octubre se subieron 12 videos y en el mes de noviembre 15 videos, por lo que en los meses estudiados se puede apreciar una correcta actualización del canal. La mayoría de los videos son cortos y dinámicos, aunque existen algunos de una duración de más de 15 minutos. Los videos abordaron temáticas relacionadas con la cultura nacional y con temáticas propias de la universidad:

- Los videos de la Campaña Tienes la Palabra y por la Jornada de la Cultura Cubana
- Videos de personalidades de la Cultura
- Relacionados con el proyecto ¡Que No Baje el Telón!
- El evento Traspos Escénicos X
- Lanzamiento del largometraje coral "Cuentos de un Día Más"
- Bastión Universitario 2021.

Los videos cuentan con una breve descripción y con acompañados de hashtags con predominio de algunos como: #ISA_Universidad, #45Aniversario, #JornadaCulturaCubana y #TrasposEscénicos. Las métricas obtenidas por YouTube Analytics en los meses de estudio fueron las siguientes. Se alcanzaron un total de 794 visualizaciones y 28 nuevos suscriptores como se muestra en la Figura 8.

Fig 8: Estadísticas generales del canal de YouTube



Fuente: YouTube Analytics

El 86,0% de las visualizaciones son de usuarios no suscritos al canal y el país con mayor porcentaje es Cuba. La cifra más alta de nuevos espectadores (30) se consiguieron el 27 de octubre y las principales fuentes de tráfico fueron

las Búsquedas de YouTube (30,6%) y las Fuentes Externas (25,5%).

Por último se analizará la página de la Universidad de las Artes en Instagram, la cual tiene por nombre ISA_ Universidad de las Artes, reconocida por su nombre de usuario @isa_cuba_artes. Su URL es https://www.instagram.com/isa_cuba_artes. Pertenece a la categoría Colegio universitario. Cuenta con el logo del 45 aniversario como foto de perfil que cumple con la medida recomendada 180x180px. Se presenta como: Universidad de las Artes, única de su tipo en la República de Cuba, fundada como Instituto Superior de Arte, en 1976. Posee un enlace al sitio web www.isa.cult.cu y un botón al correo electrónico contacto@isa.cult.cu. Además, presenta la ubicación del centro. Hasta el cierre del mes de noviembre contaba con un total de 880 seguidores, siguiendo 235 y con 131 publicaciones.

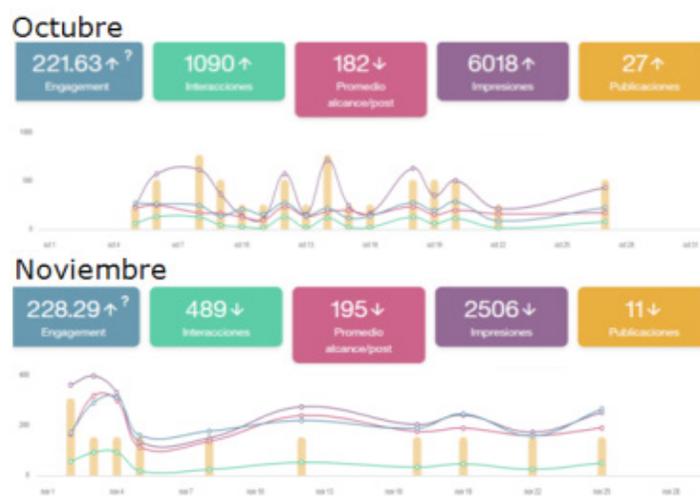
En el mes de octubre se realizaron un total de 27 publicaciones y en el mes de noviembre solo 11, lo que da una media de 0,87 y 0,37 publicaciones por día respectivamente. En octubre se alcanzaron como métricas generales: 6908 impresiones, 111 promedio de alcance/día, 268 visitas al perfil y 10 clips en la web. Por su parte, en el mes de noviembre fueron de 3702 impresiones, 60 promedio de alcance/día, 224 visitas al perfil y 7 clips en la web (Ver Anexos 66 y 67). Se hace evidente que en esta plataforma la actividad es mucho menor que la recomendada, 1 post diario, lo que se refleja en las estadísticas presentadas en cada mes. Se publicó sobre:

- El quehacer de la universidad y sus facultades: eventos, talleres, convocatorias, actividades, visitas de personalidades a la universidad, proyectos de cooperación internacional.
- Fechas significativas: Días internacionales, fechas nacionales conmemorativas.
- Visualidad de la campaña Tienes la Palabra del Ministerio de Cultura.

El lenguaje que se utiliza es jovial, cercano y coloquial, aunque manteniendo el respeto hacia los lectores. Se emplea frecuente los emojis para recalcar la emoción que se les impone a los textos planos. Siempre se utilizan los hashtags en cada post y siempre más de 5 y menos 10, predominó el uso de: #ISA_Universidad, #45Aniversario, #ISA_Convocatoria, #JornadaCulturaCubana y #TraspososEscénicos.

En octubre predominó como tipo de publicación los carruseles mientras en noviembre las imágenes. En la Figura 9 se muestran las métricas de las publicaciones realizadas. En el caso específico de las interacciones, en ambos meses, se destacaron los Me gusta, pero es válido destacar que en el mes de octubre se generaron 31 comentarios, número significativo para el perfil. Los valores alcanzados en octubre son buenos teniendo en cuenta los seguidores con los que contaba el perfil, pero no fueron mantenidos el siguiente mes, exceptuando el valor de engagement alcanzado en los posts.

Fig 9: Métricas de las publicaciones en la cuenta @isa_cuba_artes



Fuente: Metricool

En cuanto a los valores demográficos, las estadísticas aportadas permitieron apreciar que el 47% de los seguidores de la página son mujeres. El rango etario predominante es de 25 a 34 años. El país con mayor representatividad de seguidores es Cuba.

Conclusiones

El sitio web del ISA cuenta con un diseño y arquitectura sencillo y responsive. El contenido, en su mayoría, son textos relacionados con el quehacer de la universidad y el acontecer nacional acompañados de imágenes como recurso multimedia, en los cuales existe un predominio significativo de los textos externos a la universidad. No explota al máximo la visualidad de los recursos multimediales pues no hay infografías y videos disponibles, a su vez, carece de una sección de Galería que impacte visualmente a los usuarios. No cuenta con mecanismos que permita la retroalimentación directa con los usuarios.

Cuenta con un buen posicionamiento en el buscador Google, aunque es necesario profundizar en el trabajo con las palabras claves. El PageRank de la página es medio, mientras que Domain Rating, la Autoridad de Domino, el Dominios de Referencia y los Blacklinks obtuvieron evaluaciones sobresalientes.

En cuanto a las cuentas en Facebook, Twitter, Instagram y YouTube todas poseen una visualidad acorde a la identidad visual de la Universidad de las Artes de Cuba. Poseen enlace al sitio web de la universidad, aunque no son la principal vía de acceso al mismo. Se hace uso de emojis y hashtags, así como de los recortadores de enlace en el caso de Facebook y Twitter. En estas dos redes el contenido es prácticamente el mismo, solo se modifica en texto para adecuarlo a las características de cada red.

En Facebook, existe un exceso de publicaciones las cuales puede interferir con la visibilidad de la misma. Mientras que, en YouTube, por su naturaleza, e Instagram el contenido

es diferente, aunque continua la misma línea de Facebook y Twitter. Lo que evidencia la inexistencia de un plan de contenido adaptado a cada una de los SRS, teniendo en cuenta sus modos de usos y características. Es necesario aumentar la actividad en Instagram pues no cumple con el mínimo de post diarios recomendados, uno diario. La gran mayoría de las visualizaciones al canal de YouTube son por no suscriptores lo que puede demostrar que el contenido no es lo suficientemente interesante como para realizar esta acción.

Los datos obtenidos son el resultado del trabajo paulatino y sostenido que se ha venido desarrollando en las plataformas digitales. En algunos momentos con mayor o menor efectividad y en algunas plataformas más consolidadas que otras, pero es innegable la labor realizada. Aunque el trabajo es perfectible, sobre todo si se utilizan un plan de contenido estratégico que corresponda a un correcto uso de cada una de estos canales que siga un pensamiento estratégico y organizado. En el que el contenido e interés para el público estratégico de la universidad sea prioridad.

Referencias bibliográficas

- Arshad, M., Ahmad, S., y Siddiqui, F. A. (2018). Social media technologies and their benefits in higher education institutions: a survey of Jazan University. *Information Technologies and Learning Tools*, 65(3). <https://doi.org/10.33407/itlt.v65i3.2098>
- Bellucci, M., Biagi, S., y Manetti, G. (2019). Dialogic Accounting and Stakeholder Engagement Through Social Media: the Case of Top-Ranked Universities. *The Review of Higher Education*, 42(3), 1145-1184. <https://doi.org/10.1353/rhe.2019.0032>
- Capriotti, P. (2021). *Dircom MAP. Estrategia de Comunicación*. Bidireccional
- Cea, N. (2018). Responsabilidad social universitaria: el papel de los medios de comunicación y sus stakeholders. *Retos*, 8(16), 95-105. <https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.07>
- Costa, C. V. (2019). *Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa*. ESIC.
- García, M. (2018). Universidad y medios sociales. Gestión de la comunicación en la universidad española. *Revista Prisma Social*, (22), 20-36. <https://revistaprismasocial.es/article/view/2535/2751>
- Hidalgo, R. P., Quichimbo, J. Y., y Altamirano, V. (2020). Nuevas tendencias en la comunicación organizacional. *Fonseca Journal of Communication*, (20), 7-11. <https://revistas.usal.es/cuatro/index.php/2172-9077/article/view/fjc202020711/22372>
- Mogaji, E. (2019). Strategic Stakeholder Communications on Twitter by UK Universities. *Research Agenda Working Papers*, (8), 16.
- Oliveira, A., Capriotti, P., y Zeler, I. (2022). El estado de la cuestión de la investigación sobre la comunicación digital de las universidades. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(2), 1-18. <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/32500>
- Pérez, O. (2022). *¿Cuáles fueron las tendencias del tráfico, acceso y consumo en los canales de internet en Cuba en el año 2022?* Blog La Pupila Insomne. <https://lapupilainsomne.wordpress.com/2022/12/22/cuales-fueron-las-tendencias-del-trafico-acceso-y-consumo-en-los-canales-de-internet-en-cuba-en-el-ano-2022-por-omar-perez-salomon/>
- Prensa Latina. (2022, 13 de diciembre). *Más de 7,5 millones de personas acceden a Internet en Cuba*. <https://www.prensa-latina.cu/2022/12/13/mas-de-75-millones-de-personas-acceden-a-internet-en-cuba>
- Pringle, J., y Fritz, S. (2019). The university brand and social media: using data analytics to assess brand authenticity. *Journal of Marketing for Higher Education*, 29(1), 19-44. <https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1486345>
- Rivero, M. (2018). *De la Comunicación Organizacional a la comunicación Integral con perspectiva estratégica*. Research Gate. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19306.98244>.
- Sánchez, K. (2020). *Magda Rivero: el marketing ha perdido su esencia*. La Penúltima Casa. <https://lapenultimacasa.com/magda-rivero-marketing-ha-perdido-su-esencia/>
- Segura, A. G. (2020). Comunicación online de las universidades de Ecuador, [tesis doctoral, Universidad de Málaga]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=286996>
- Szwajca, D. (2017). The role of social media in corporate reputation management—the results of the polish enterprises. *Foundations of Management*, 9(1), 161-174. <https://sciendo.com/article/10.1515/fman-2017-0013>
- We Are Social y Meltwater. (2023). *Digital 2023 Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>

Transnacionalización de prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización

Transnationalization of cultural practices of the Ocha Ifa Rule in contexts of globalization

Yusymit Castillo Guerrero¹

E-mail: castilloyusy@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-0468-7249>

Yamilé Ferrán Fernández¹

E-mail: yferran@fcom.uh.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1698-0678>

Lisette Hernández García¹

E-mail: lissette@rect.uh.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5232-8268>

Ramón Torres Zayas¹

E-mail: rtzayas@enet.cu

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-6965-1771>

¹Universidad de La Habana. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Castillo Guerrero, Y., Ferrán Fernández, Y., Hernández García, L., Torres Zayas, R. (2024). Transnacionalización de prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización universitario. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 205-213. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

El presente texto explora la transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización. La pesquisa precedente se interesa por identificar las tendencias y cambios más visibles que experimentan estas prácticas según se recoge en la literatura científica y a criterio de expertos, a partir de los lugares de acogida de los practicantes, y mediadas por condicionantes del contexto global como la mercantilización, la virtualización y la hibridación cultural, entre otras, sobre las cuales se encadenan complejos procesos y fenómenos como las diásporas, los flujos migratorios y las redes transnacionales de actores religiosos/practicantes y nodales, los cuales se expresan a la luz de macroprocesos económicos, políticos y sociales. Todo ello valorado desde los estudios comunicológicos con énfasis en la perspectiva transdisciplinar.

Palabras clave:

Transnacionalización, Prácticas culturales, Regla Ocha-Ifá, Hibridación cultural.

ABSTRACT

This paper explores the transnationalization of the cultural practices of the Regla Ocha-Ifá in contexts of globalization; some trends and changes experienced in the places of reception such as commodification, virtualization, cultural hybridity, among others, influenced by migratory flows connected by transnational networks of religious and nodal actors and mediated by economic, political and social processes. All this valued from the communication studies with emphasis in the transdisciplinary perspective.

Keywords:

Transnationalization, Cultural practices, Rule Ocha-Ifá, Cultural hybridity.

Introducción

Este trabajo aporta una mirada comunicológica, no abordada antes desde la academia cubana, a tono con los más actualizados estudios de Comunicación y Cultura, a la vez que da cumplimiento a una de las perspectivas de la política cultural cubana en el concierto y la multidiscursividad de las prácticas culturales de hoy, en cuanto a la revitalización de las tradiciones y la preservación de la memoria en tiempos de globalización. Al ser parte de un ejercicio de una investigación de tesis para optar por el grado de licenciatura en Ciencias de la Comunicación remite resultados parciales y su pertinencia radica en que, al explorar la transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en contextos de globalización analiza comunicacionalmente el fenómeno en diálogo con otras ciencias y acusa ciertas tendencias y cambios que se experimentan en los lugares de acogida y que irradian sobre la convivencia de fenómenos como la mercantilización, virtualización e hibridación, entre otros procesos en marcha, mediados por los flujos migratorios conectados por redes transnacionales de actores religiosos y nodales, al tiempo fuertemente mediados por procesos económicos, políticos y sociales.

El antecedente africano de la Santería o Regla-Ocha-Ifá es la cultura yoruba-nigeriana conocida en el contexto cubano como lucumí, de incuestionable primacía y antigüedad, por ello su historia cultural debe ser comprendida como una red de interrelaciones entre una pluralidad de centros interdependientes cuyo desarrollo y cambios dependen del complejo universo de relaciones tendidas entre ellos. Por eso para poder entender la complejidad del sistema del pensamiento filosófico de la cultura yoruba en el llamado «nuevo mundo» deberá ser comprendida con la transparencia que dicho complejo sistema de relaciones se establece en el nuevo contexto americano. Es por ello que la coexistencia simultánea de herencias y la impronta de un habitus se presentan ayer y hoy no solo como componentes del equilibrio y de la inmutabilidad del hecho cultural, regidos por estructuras tradicionales que ordenan y fijan la experiencia, sino como facilitadores de los cambios a nivel social y cultural de arquetipos y la propia naturaleza innovadora del Hombre que condicionan cambios cualitativos en el ámbito de la colectividad religiosa.

Premisas de partida:

1. La Regla Ocha-Ifá en su proceso de transnacionalización muestra un intercambio de creencias asociadas a la cultura cubana como eje de irradiación en la diáspora.

Las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá en el contexto actual de transnacionalización presentan nuevas características en el intercambio de información entre sus actores y redes así como en las dinámicas de reproducción.

Las comunidades de prácticas que se han consolidado, acaso resemantizado como parte de su evolución en tiempo histórico, bajo las nuevas dinámicas de relación y usos tecnológicos propios del siglo XXI. En especial las redes sociales, resultan espacios de intercambio y flujos de información entre los actores que intervienen en la transnacionalización de la Regla Ocha-Ifá. Ello presupone un doble proceso no antagónico de subversión/enriquecimiento,

tradición vs virtualización, cuyos desplazamientos comportamentales y rituales, conviene analizar más como mecanismos adaptativos y de perpetuidad ante nuevos escenarios que como distanciamiento/ruptura del canon relacional.

2. Los procesos de transnacionalización en marcha incluyen no solo creyentes o practicantes, sino actores religiosos involucrados en la red transnacional, que admiten ser considerados en la perspectiva bourdieana como agentes de un campo en legitimación e institucionalización, los cuales desarrollan una labor de agentes culturales. En todos los procesos de internacionalización, mundialización, globalización y transnacionalización, subyace una matriz comunicativa, de función estructurante, por lo que compete a los estudios de la comunicación articularse a otras ciencias sociales para desbrozar o interpelar a objetos de esta complejidad desde una visión holística y hermenéutica, fecundando abordajes trans y multidisciplinares.

La presente investigación se propone los siguientes objetivos

1. Sistematizar los presupuestos teóricos/conceptuales que avalan los estudios sobre la religión como práctica cultural.
2. Contextualizar el impacto de los flujos de la globalización y el mercado en las prácticas sociales y culturales, en particular en la religión Regla Ocha-Ifá, que se ha cultivado en la Isla.
3. Examinar el comportamiento de la dimensión comunicativa, desde la visión de expertos y la literatura científica.

Materiales y métodos

Conforme al nivel del estudio, se estimó como estratégico y viable obrar con el análisis de fuentes científicas online y criterios de experticia, no así con casos de estudio concretos, lo cual sin dudas hubiese sido particularmente fértil en objetos cuya deconstrucción es básicamente antropológica y etnográfica, y que, asido de recursos materiales y presupuestarios, desde su correspondencia con un proyecto ramal o institucional, acaso permitiría arribar a dimensiones de análisis mucho más profundas, vinculadas a la trayectoria experiencial de los sujetos, reveladoras entonces de entramados de subjetividad en extremos fecundos tratándose de prácticas simbólicas.

El criterio de selección empleado para la muestra documental, se basó en la búsqueda de artículos académicos realizados sobre el tema en libros, tesis y páginas web, con el aliento de discriminar la valía de estos materiales según el posicionamiento temático alcanzado en la web de la ciencia. Todo lo cual condujo al análisis de 15 artículos realizados por académicos de diversos países sobre el tema en cuestión; en cuyo abordaje como generalidad se busca analizar los factores que intervienen en la expansión del sistema religioso y sus tendencias actuales.

El estudio de corte exploratorio abre el cauce para nuevas investigaciones más profundas desde las perspectivas comunicativas de este fenómeno social y religioso. Se visibilizan por ejemplo la pertinencia de ejes de análisis

vinculados a la mediación del mercado, la comercialización de bienes simbólicos y la mercantilización del complejo Ocha-Ifá, en condición de complejidad común a otras tantas religiones y liturgias; así como los usos sociales de los medios de comunicación masiva/industrias culturales, no ya los tradicionales, sino aquellas plataformas de interacción que son decisivamente mediadas por las Tics, que presumiblemente subvierten códigos de relación cara-cara, oralidad, performance otrora estimados como signos distintivos y sine-qua-non de la Regla.

Resultados-discusión

Caracterización del estudio o discusión teórica propuesta. Anclajes teóricos

Desde una filiación culturoológica, el estudio admite estimar como viable la noción de campo de Pierre Bourdieu, a partir de la relación campo religioso/hegemonía, al tiempo la connotación de otros conceptos decisivos como el de agentes (institucionales), habitus y capital simbólico; tanto como pedir en préstamo a Michel De Certeau el término practicante, tratándose no solo de un ejercicio de praxis cultural/social, sino mediada por el mercado y que presupone una puesta en escena de una estrategia de resistencia (a nivel individual, grupal, identitario), desde el consumo simbólico.

Tal es el caso de las nociones o términos que las diferentes miradas disciplinares han acuñado en torno a las redes internacionales de intercambio, y a movimientos que son reticulares, inherentes a la Modernidad. La globalización o mondialisation como fenómeno transversal a todos los procesos actuales, incluido la transnacionalización de la religión, fue un término en boga a partir de los años 80 de la pasada centuria por económicos como el japonés K. Ohmae y el estadounidense M. E. Porter. A partir de ese momento, los académicos se han referido a él desde diversas miradas: como la culminación de procesos históricos de acumulación del capital: internacionalización, mundialización y transnacionalización comenzada en los siglos XVI y XVII, (Pradilla, 2009); son espacios geográficos que se proyectan a una escala de territorialidad planetaria (Ferrer, 1996); creciente dependencia económica mutua entre los países del mundo ocasionada por el creciente volumen y variedad de transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como por la de flujos internacionales de capitales, y por la aceleración de la difusión de la tecnología en más lugares del mundo, incluso con apellidos como globalización imperialista (Pradilla, 2009) o globalización cultural. Todas estas posiciones acerca del fenómeno de la globalización tienen en común la mirada hegemónica que desde la economía, la política o la cultura, ejercen los centros de poder sobre los países menos favorecidos, otrora mercados extractivos, y en muchos casos bajo relaciones norte-sur, de matriz colonial.

Sin embargo, la transnacionalización, vista desde la perspectiva migratoria sienta sus bases con el término América transnacional acuñado en 1916 por el crítico literario y periodista estadounidense Randolph S. Bourne.

Desde los aportes de los enfoques teóricos del investigador cubano Argyriadis et al. (2012) se asume como la

construcción de densos campos sociales mediante la circulación de personas, ideas, prácticas, dinero, bienes e información entre naciones. Esta circulación incluye, pero no se limita al movimiento físico de cuerpos humanos, así como otros tipos de intercambios que pueden o no ser recurrentes, tales como viajes, comunicaciones y remesas. Por tanto, se reconocerá a la transnacionalización de la religión como el surgimiento de transacciones espirituales que implican el continuo intercambio de prácticas culturales en densos campos sociales, así como el reordenamiento de estas en contextos sociales específicos, mediados por diversos factores que pueden ser: económicos, políticos, mediáticos, entre otros, escindidos todos por fronteras imaginarias que utilizan redes sociales como vía de interacción e intercambio de información, bienes, objetos religiosos y saberes compartidos; ninguno de ellos limitado a circulación espacio-temporal de cualquier índole, más otra clase de intercambios, frecuentes o no, concebidos y realizados a manera de desplazamientos, comunicaciones y envíos monetarios.

Conviene entonces definir al comportamiento de la Regla Ocha-Ifá en contextos de transnacionalización a partir del estado de las prácticas culturales que la distinguen y singularizan, que viabilizan su resemantización y perdurabilidad en nuevos escenarios de relación (territoriales, tecnológicos, de interacción comunicativa) de practicantes y cultos. Bien pueden ser de carácter religioso (ritos, mitos, liturgia, ceremonias) o de otros tipos (artístico, literario, lenguaje,) y/o bajo el impacto de intercambios e instancias culturales, migración, turismo, medios de comunicación/IC y creativas, y que generan vínculos sociales y espirituales, otrora inéditos, entre actores pre-inmersos en redes de comunicación e intercambio de bienes materiales y simbólicos. Así, la pertenencia o no al campo sociotransnacional no está únicamente definido por desplazamientos de personas ni la frecuencia del intercambio, al tiempo conviene apreciar no se trata de redes constituidas únicamente con estos fines, sino usadas para estos fines.

La revisión documental asumida permitió constatar que la mayoría de los autores atribuyen a los movimientos migratorios de las últimas décadas el factor desencadenante, no así el único de este fenómeno al que se ha denominado transnacionalización de la práctica religiosa. En el caso que ocupa, Regla Ocha-Ifá, tales flujos diaspóricos que tienen como fuente de emisión a Latinoamérica, la región Caribe, y buena parte del continente africano, aseguran el intercambio y localización de los practicantes en los territorios de acogida.

Asimismo los intercambios culturales, que en el caso de esta práctica religiosa se dieron desde el siglo pasado irradiando desde Nigeria hacia otras latitudes, ahora se activan bajo nuevas lógicas relacionales. A través de todos los tipos de sistemas de redes, incluyendo las virtuales, favoreciendo en primera instancia, el acercamiento de personas otrora ajenas a las prácticas religiosas, si bien potencialmente proclives a dejarse seducir por aquellos códigos estéticos y sensoriales (relativos a las fiestas, la culinaria/prácticas alimentarias) que acompañan a la práctica religiosa y que se expresan a través de sistemas simbólicos

de manifestaciones artísticas como las artes visuales, la música, el lenguaje corporal y oral.

Visto así, se desencadenan redes de sentidos compartidos a partir de la socialización intencionada de experiencias de vida entre practicantes, sujetos sociales, grupos identitarios, culturas mestizas e híbridas en sí mismas como lo son las caribeñas o las propias culturas afroamericanas, asumiendo como vehículos de transculturación acaso a las expresiones massmediáticas como la música, la danza o las artes visuales folklorizadas desde lo religioso, si bien no las únicas, pues el fenómeno contemporiza o ancla a menudo en un practicante más identificado con la fe, todo lo cual tributa en amalgama inédita de interconexiones. De esta forma, los códigos visuales y sonoros se erigen como atractivos de gancho para el practicante potencial, lo cual a menudo incentiva el interés por conocer esta religión con mayor profundidad.

Los estudios científicos/académicos que han desarrollado centros antropológicos extranjeros y centros de investigaciones sociales en Cuba, están llamados a tributar un encuadre conceptual/teórico cada vez más transdisciplinar del cual han de resultar favorecidos campos como el sociorreligioso a la luz de miradas cada vez más agudas, descolonizadoras, otorgando peso a un estado del arte que se enriquece, y enlazando la práctica científica con el quehacer empírico de Estados y culturas.

Por su parte, los intercambios religiosos desarrollados por la Asociación Cultural Yoruba de Cuba (ACYC) con filiales en el exterior y otros centros de vínculo directo, aportan legitimidad e institucionalidad al movimiento religioso. Aun cuando esta institución no representa a todos los practicantes de la Regla Ocha-Ifá, funciona desde las dinámicas propias de organizaciones de servicios culturales y de asociaciones de membresía selectiva/voluntaria. La existencia de un órgano que organice talleres y conferencias nutre de sabiduría litúrgica a los iguales extranjeros y prestigia la práctica y a Cuba como núcleo de referencia¹. De igual manera, la dirección de la Asociación reconoce que mucho queda por hacer en pos de ganar en prestigio y posicionamiento al interior de la comunidad de practicantes y por alcanzar mayor visibilidad institucional en la sociedad civil cubana.

Otro proceso coadyuvante y mediador lo constituye el ejercicio de turismo especializado, en su condición de plataforma de vínculo/industria cultural, en este caso el religioso, explotado en muchos países de la región y que tiene como polos fuertes a México y Perú, a partir de la actuación de las agencias turísticas, que comercializan paquetes que incluyen visitas a lugares de interés religioso y cultural. Aun cuando los viajes sean meramente para rituales, se reconoce el interés de todos los extranjeros por conocer Cuba, algunos iniciados y practicantes repiten la visita a la Isla solo con fines turísticos, de tal suerte, corresponde a la asertividad de turoperadores/agencias de viajes/ receptivos turísticos apalancar la relación coste/beneficio entre turismo religioso/ turismo cultural/convencional.

¹ Desde luego, advertirá un lector avezado, todo este proceso no solo discurre en referencia con Cuba como nodo o vértice de Regla Ocha-Ifá, sino que en paralelo, continúa Nigeria, siendo centro de referencia para una irradiación litúrgica aún más primigenia, con flujos si bien por estudiar, que no pueden desconocerse

Los comportamientos diaspóricos

Los estudios académicos analizados aluden a una hibridación/sincretización de las prácticas adentradas en nuevos contextos políticos-sociales. Todos ellos tienen una base antropológica/etnográfica, que ha tendido a ponderar el estudio de casos particulares, cual microlocalizaciones, lo cual ha de ser estimado como comportamiento casuístico o singular y no como generalidad; un caso puntual no describe el comportamiento general de la ortopraxis de este sistema religioso.

Según los expertos, al interior de la Isla confluyen en el sistema, diversos modos de hacer y concebir los rituales, por lo que es de esperarse que esta tendencia se encuentre en el exterior, donde la relocalización religiosa converge con culturas y sistemas diferentes.

La relocalización (o reterritorialización) de lo global se refiere a que en el contexto de la globalización elementos simbólicos que se encontraban en circulación son finalmente trasplantados en otros lugares y territorios. La relocalización transversaliza las prácticas locales y las conecta en circuitos y redes globales; se resignifican los usos y maneras de experimentar la religiosidad popular y conforman nuevos híbridos religiosos, producto de la interacción entre las llamadas culturas populares (magia, santería, nativismo, paganismo) y las culturas híbridas o culturas de la sobremodernidad (orientalismos o neindianismos, seudociencias, etc.) (Argyriadis, 2012).

En Latinoamérica, por ejemplo, conviven las culturas indígenas, con las católicas y otras tantas, y es que la globalización y los cambios políticos, económicos, culturales de los países del mundo estimulan nuevos universos de anclaje, y ante situaciones de cambio, diásporas, desarraigos, se impone la búsqueda por el alimento del alma. De cierta forma, las religiones se han extendido hacia lugares inesperados; en el panorama sociorreligioso cubano de esta hora, por ejemplo, coexisten diferentes expresiones religiosas que no contaban en el pasado siglo con tantos seguidores e incluso ramificaciones y tipologías de culto.

La Regla Ocha-Ifá en su proceso de relocalización, sufre adaptaciones influenciadas primero por las mismas condiciones en que se gestó: diferencias en la flora y fauna, en el idioma, y la idiosincrasia, unido a nuevas formas en que los practicantes se interconectan desde la perspectiva globalizadora de la información.

En la pesquisa documental, se encontraron tendencias o comportamientos que se explican a continuación, haciendo énfasis en los aspectos más importantes en tesitura comunicativa.

Elementos mediadores

Desde la etapa colonial los prejuicios sociales y raciales han sido empleados como procesos de descalificación, y han contribuido al dicotómico conflicto: aceptación, legitimación, reconocimiento/no aceptación, ilegítimo, no reconocimiento, lo que condiciona la no oficialidad o institucionalidad de esta práctica religiosa. Todo esto ha traído como consecuencia la aparición de contradicciones en forma de prejuicios y viceversa, que en ocasiones pueden

lacerar su esencia, tal y como sucede en espacios geográficos de muchos países, donde las leyes protectoras de animales constituyen un obstáculo importante sobre todo en la controvertida matanza/sacrificio de animales que es parte esencial de su liturgia.

El idioma, como elemento mediador, influye pero no determina la transnacionalización ya que los creyentes/practicantes encuentran formas para vencer las barreras idiomáticas y cada vez más iniciados no hispanohablantes acogen esta religión como filosofía de vida.

Las nociones, estereotipos, visiones restrictivas acaso prejuicios o por el contrario, sobrevaloraciones que los sujetos/actores/practicantes en estas sociedades tengan sobre la Regla influyen en la individualización de la práctica, por lo que muchas veces los creyentes eligen llevar en secreto la pertenencia al sistema. Las concepciones eurocéntricas y occidentales suelen ser “muy abiertas” siempre y cuando no “subvertida”, atente o cuestione los comportamientos reglados que impone el *establishment*.

Como no existen generalidades cerradas, cada contexto ofrece y ejemplifica estrategias adaptativas igualmente legítimas. Es por ello que al interior de un país, también pueden producirse cambios de una región o comunidad a otra; amén de la diversidad de formas de hacer signada con/por/desde la heterogeneidad de los flujos migratorios y donde influye también la concentración/dispersión propias de las grandes urbes. En tal sentido, sucede que en las capitales como Bogotá, México DF, las prácticas son más individualizadas y la noción de «familia de santo» se da con menor fuerza, por el tiempo, la distancia o la dinámica de vida de los creyentes.

Los iniciados en Regla Ocha-Ifá tienen la licencia de iniciar a otras personas dentro de la religión. En un principio, esta reproducción se hacía a partir de la familia consanguínea, costumbre venida de África, donde los miembros de un mismo grupo adoraban a una misma deidad o se consideraban descendientes de un mismo oricha. Pero el fenómeno se fue transformando en Cuba, y con el tiempo se incluyeron dentro de la familia religiosa (sin que se excluyera la consanguinidad) a personas allegadas por relaciones de cercanía, amistad o simpatía. Se amplía así la concepción de una familia religiosa, donde se mezcla lo consanguíneo con lo social.

Las familias suelen darle prestigio a la iniciación. Las hay celeberrimas por su descendencia, como de Tata Gaitán, de Rosa Zayas, de Reynerio Pérez, etc. Sin embargo, el proceso continúa a causa de su propio dinamismo, y se suelen seguir entremezclando para actuar en los ritos miembros de familias diferentes resultado familias híbridas.

Coexistencia de sistemas religiosos

En contextos de transnacionalización, la hibridación cultural asociada a la convivencia del practicante de Ocha con otros, está relacionada en gran medida por el nivel de implantación de otras prácticas religiosas en cada creyente. No es ocioso recordar lo acotado al principio de este trabajo con respecto a la cultura yoruba y a su sistema de pensamiento como río que nunca muere y que con su complejo sistema de relaciones que se establecen en nuevos

contextos y cuya clave ontológica de su universo sagrado remite a crecimiento, dinamismo, movimiento, esencia liberadora de fuerzas divinas y humanas simbolizada en el concepto *aché*.

Se dinamiza el concepto de lo profano y lo divino, lo individual y lo colectivo donde se cualifica, sintetiza y sistematiza todo el constante interaccionar entre los elementos culturales disímiles que conviven en el proceso de transculturación en América y en particular en el quehacer religioso cubano.

La literatura refiere cómo en el caso de pueblos y culturas latinoamericanas con fuerte acento del cristianismo, el chamanismo y otros sistemas ancestrales (caso México, Perú, Colombia, Centroamérica) los practicantes hacen coexistir tales sistemas cosmovisivos sembrados en sus concepciones religiosas casi a nivel identitario como *habitus* cultural con la nueva apropiación de la Regla Ocha-Ifá, generándose acaso más que convivencias o coexistencias, relaciones simbióticas y fusiones que terminan por complejizar y otorgar nuevos matices a la práctica.

Tal es el caso de iniciados en el sistema, que no abandonan las tendencias católicas en uso como el culto mariano o la adoración a otros santos, practican métodos adivinatorios como la lectura del tabaco, la cartomancia o el culto espiritista de María Lionza, como el caso de Venezuela o la adoración a la Santa Muerte, en México.

Modificaciones y adaptaciones

En su expansión, la religión se introduce en lugares con diferencias climatológicas, de fauna y flora, con una diversidad de hábitos e idiosincrasias, que trae como resultado que en ocasiones, se reproduzca el patrón de la primera diáspora proveniente de África y/o se busquen soluciones alternativas: como una adaptabilidad para la supervivencia de las prácticas. De la mano de los nuevos flujos del mercado, emergen soluciones o alternativas que utilizan canales ya establecidos, ahora para nuevos usos sociales.

En estas condiciones, se verifica la sustitución de la flora originaria de Cuba por otras con propiedades similares. En el espacio europeo, muchas veces las especies vegetales necesarias se compran en mercados no asociados a la religión y como generalidad se pueden hallar en sitios de venta de plantas ornamentales e incluso en la sesión de comida en los supermercados.

En este contexto, siempre habrá quién prefiera mandar a comprar las especies vegetales a otros países, y obviamente se encuentren secas, con lo cual para no pocos practicantes se trata de la opción menos adecuada, ya que rompe con la vitalidad y energía requeridas, bajo la noción de naturaleza y energía vital de la Regla Ocha Ifá.

Con la fauna sucede lo mismo, muchos de los animales que deben emplearse en los sacrificios tienen que ser sustituidos, por ejemplo el caso de la jutía, animal de la familia de los roedores, no se encuentra en otros lugares, por lo que lo sustituyen por otro roedor semejante que se encuentre en estas zonas.

Los extranjeros muchas veces se inician con tiempo limitado, las ceremonias por lo tanto, pueden acortarse para

adaptarse a las necesidades del iniciado: algunos no pueden quedarse en el trono durante los siete días reglamentarios, por cuestiones laborales también se les permite usar ropa de color², el rapado condición del asentamiento del oricha, se sustituye por la corona en el caso de las mujeres, este último hecho solo se hacía en condiciones donde la iniciada fuera a consagrarse la oricha Ochún, por motivos simbólicos se preguntaba al oráculo si debía o no raparse; o que antes de la consagración algún signo revelado por los oráculos, prohibiera el corte total del cabello.

Durante la consagración en Ocha, es tradición raparle la cabeza al recién iniciado para trazarle las marcas de los cuatro santos de fundamento: Obbatalá, Changó, Yemayá y Ochún. Después se asienta el santo de cabecera. Cuando a principios del siglo XX algunas personas blancas decidían consagrarse pero necesitaban ocultarlo debido a los prejuicios existentes, entonces solo se les hacía una tonsura, porque de todas formas se precisaba que recibieran la energía de los ya mencionados orichas principales, y tenía que ser en la piel. Esas licencias se han extendido a determinadas mujeres y personas vinculadas con el mundo del espectáculo, figuras públicas y muchos extranjeros (B. Espósito, comunicación personal, 20 de febrero de 2020).

Mercantilización

La mercantilización de las prácticas y el intercambio de bienes simbólicos, tanto tangibles como intangibles constituye uno de los aspectos más debatidos a nivel de agenda entre académicos y religiosos en la actualidad. Esta tendencia que comenzó en Cuba durante los años 90 del pasado siglo y conocido como el Periodo Especial se ha extendido, ya no como forma de subsistencia sino como forma de lucro y rentabilización, con lo cual parecen subvertirse ciertas lógicas operacionales y éticas primigenias.

Si se tiene en cuenta la base misma de este sistema, se advierte una lógica funcional que privilegió antiquísimamente el intercambio o trueque: los orichas necesitan sacrificios y ofrendas para escuchar al interesado e interceder por él. Ahora, con la transnacionalización de la Regla Ocha-Ifá se reproduce como plataforma a otras tendencias.

Los mercados y mercaderes como actores secundarios de la transnacionalización

Los mercados como lugar de intercambio, de por sí, encierran un sentido simbólico en el sistema religioso, y las culturas afro como descendiente del mismo. De remontarse el lector a la historia cultural occidental, encontrará como ejemplo de estos espacios públicos, al ágora romana; allí se centralizaba la vida de la ciudad; no solo en la compra de artículos comerciales, sino también como encuentro y formación de relaciones sociales e intercambio de conocimientos.

En el caso de la Regla Ocha-Ifá, este modelo se reproduce a partir del desarrollo comercial de la Isla en tiempo colonial, ya que el mercado era el sitio donde se adquirían productos foráneos y nacionales, pero también donde ocurría

² Tras la iniciación, el recién nacido (Iyabó) generalmente deberá vestirse de blanco durante un año; esto porque el blanco se considera el color de la pureza y se necesitará que el cuerpo se conserve depurado, limpio de malas influencias y alejado de cualquier contrariedad mundana en ese período.

la compra-venta de esclavos. No es fortuito entonces que el recién iniciado, tanto en África como en Cuba, tiene que ser mostrado en un lugar público para su reconocimiento, como rito de tránsito hacia una nueva dimensión, acción obligada como parte del proceso ritual del practicante iniciado en Ocha que contribuye a la perpetuación de su legitimación a nivel público.

El mercado o plaza, en la articulación religiosa de hoy día, sigue teniendo ese carácter utilitario para los religiosos, a la vez que funge como la presentación del iniciado al mundo y al salir del trono luego de siete días, es conducido por sus padrinos o madrinan³ a este sitio como un ritual y representación simbólica de interacción.

En el caso cubano, existen sitios especializados en la venta de objetos religiosos, no necesariamente sostenidos por practicantes, como tampoco ajenos a prácticas de mercadeo que se aseguran más sobre oportunidades económicas que sobre la fe religiosa, puramente.

En los puestos esotéricos, herboristerías o botánicas, como por lo general los nombran otros territorios, se comportan de igual forma en la mayoría de los países/mercados: son lugares donde se encuentran objetos religiosos de diversa índole: soperas de porcelanas, indumentaria, piedras, herramientas y collares, entre otros. Aunque algunos solo vendan objetos de esta religión, en la mayoría se encuentran estampillas de santos católicos, inciensos, rosarios e incluso estatuas de buda u otros objetos de culto, asociados a otros sistemas religiosos, insertados en la industria esotérica a escala mundial (Guillot y Juárez, 2012).

Estos puestos, se encuentran por lo general en grandes mercados como los casos de Latinoamérica; los encargados de las ventas pueden ser practicantes o no, muchos dan consejos a los clientes de las utilidades de sus mercancías y en otros casos, se limitan a vender sin conocer los productos.

No obstante, estos actores constituyen parte importante de la redes transnacionales, como mediadores entre consumidores culturales (Guillot y Juárez, 2012, p. 65) y las mercancías, innovándolas desde sus propias lógicas mercantiles. El fenómeno es viejo, porque la tradición no es inmutable. Solo que en los últimos tiempos el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación favorecen el cambio con sorprendente rapidez y a mayor escala demográfica. De alguna manera, la producción estética occidental impactó el pensamiento africano en la Isla, dando lugar a un producto híbrido, diferente y en constante adecuación.

La manifestación de propósitos estéticos es indiscutible. En la selección de los adornos, de los paños para construir los espacios, de los recipientes que contienen los objetos sagrados, entre otros tantos representativos, se favorecen los plásticamente más relevantes. El hecho artístico se constituye, en el ámbito de la práctica religiosa afroamericana, en síntesis de la cultura individual y colectiva. La ejecución del ceremonial es la cumbre y la

³ Padrinos o madrinan desde la concepción occidental extendida en Cuba por la religión católica para determinar el lazo ritual que se establece entre iniciante e iniciado y que en lengua ritual Yoruba corresponde a los términos babaloricha e iyaloricha, respectivamente.

conclusión de la cultura, pues en el rito convergen potenciadas manifestaciones estéticas: arte total en el sentido contemporáneo (Menéndez, 2016, p. 94).

Las soperas, receptáculo donde viven los orichas, que eran de barro, se modifican en la actualidad como objetos con una carga estilística y visual impresionante, todo ello, fundamentada por el trasfondo religioso actual que se maneja en general: entre más bonito viva el santo y más abalorios tenga, más retribuirá al creyente con prosperidad, salud y bienestar. Estas redefiniciones constituyen un aspecto importante en la relocalización de las prácticas, e incluso reconfiguran las lógicas dentro del país, las redes transnacionales también funcionan a la inversa, y determinan al interior del punto de partida, cambios y nuevas concepciones como se verá más adelante.

La expansión y comercialización de los objetos, saberes y símbolos no significa la iniciación de los individuos, aquellos consumidores culturales o buscadores espirituales son el público meta, y los mercaderes y sus puestos, vehículo para la adquisición de los útiles necesarios para las prácticas. Dependiendo de los fines para que se utilicen los objetos se especifica el aspecto simbólico, mercantil o artístico-estilístico como representación de patrimonio cultural:

Los elementos asociados a la santería, circulan en esos espacios bajo diferentes representaciones: práctica religiosa, espiritualidad alternativa, filosofía, sistema terapéutico complementario, mercancía, patrimonio cultural, expresión artística, charlatanería, secta satánica, brujería o religión universal.

Los productos que se encuentran, pocas veces tienen un lugar certero de procedencia, debido al flujo de las mercancías en un contexto de globalización de los mercados. No es casual que en los EEUU, por ejemplo, se encuentren objetos hechos en México, Cuba o Venezuela; por citar algunos ejemplos. O que en Europa, los practicantes los encarguen por internet o se desplacen en sus viajes hacia estos lugares a comprarlos. La impronta de autenticidad se maneja también dentro de las lógicas competitivas de mercado: los productos fabricados en los países donde estas prácticas religiosas se han expandido vertiginosamente gozan de legitimidad.

Por otra parte, preocupa y ocupa a los académicos la mercantilización religiosa ocasionada por la forma o visibilidad en que se está comercializando con y desde las redes virtuales la Regla Ocha-Ifá; hecho sustentado y/o avalado en determinada práctica institucionalizada como lo es el derecho, o pago por la labor ritual.

Los estudios realizados en Cuba desde la carrera de Sociología advierten en los últimos años un crecimiento de la ocupación religiosa como única forma de subsistencia (R. Cárdenas, comunicación personal 18 de febrero de 2019). Este hecho no es novedoso, ya que antes de la apertura religiosa de los años 90 del pasado siglo, se encontraban personas que tenían como forma de sustento la iniciación en el culto o las consultas como “formas terapéuticas”. Lo que sí es de interés es el aumento a gran escala, dentro y fuera del país, de actores que utilizan el sistema y los servicios religiosos que brindan para su manutención individual y familiar.

En la Isla, los padrinos y madrinan que tengan iniciaciones múltiples a extranjeros cuentan con un prestigio material y simbólico entre sus iguales. De igual manera, la religión de origen africano transculturada se está convirtiendo en un modo de vida recompensado con dinero, artículos de necesidad o intercambio simbólico, y en muchas ocasiones representa la oportunidad de viajar a otros países para realizar prácticas rituales o simplemente como viaje turístico que los ahijados proveen como forma de pago o agradecimiento, ya que como se conoce por los practicantes y estudiosos el lazo emotivo afectivo o contacto que se establece entre ahijado/a y padrino/madrina en la Regla Ocha-Ifá es muy fuerte debido al intercambio de saberes y liturgia que se establece entre ambos, esencia misma de esta religión y en donde la comunicación y en particular la comunicación oral es parte visceral.

Las investigaciones señalan la particularidad que tiene el pertenecer a las redes transnacionales sin siquiera salir del país: un(a) iniciante cubano(a) es el nodo transnacional entre los iniciados y las prácticas religiosas en la isla, pero a su vez, es sujeto beneficiario en el intercambio de bienes materiales y simbólicos.

En la exploración para esta investigación se evidenciaron disímiles criterios y valoraciones en cuanto a la mercantilización y su impacto en lo social, económico y/o ético de esta práctica religiosa. No obstante hay que tener en cuenta que los cambios económicos convulsionan sin lugar a dudas toda la superestructura social y por ende traen tantas consecuencias disímiles, como parte de los grandes contrastes a las prácticas culturales religiosas. De ahí que hayan aparecido desde posturas apocalípticas hasta integradas, donde se puedan encontrar estafadores, simuladores, fanáticos, críticos dogmáticos, analistas omniscientes, autores de textos especializados con todo un boom de la literatura religiosa en soporte papel y/o digital, seudobabalawos, santeras, etc. Al mismo tiempo que se institucionalizan entidades y organizaciones, y muchos sujetos se suman como actores /practicantes desde la vocación de fe, convencidos del legado ancestral africano resemantizado pero que conserva para el caso de la Regla Ocha- Ifá sus cuatro rituales fundamentales: la adivinación, el sacrificio, el trance y la iniciación.

Dimensión comunicativa

Desde esta dimensión, la Regla Ocha-Ifá constituye un claro ejemplo de todos los componentes de la comunicación, tal y como se señalara con anterioridad. En el interior de la misma, todo se puede considerar símbolo de acuerdo a las nociones de Bourdieu. Los ritos y rituales, el sistema de adivinación, la expresión corporal, la danza, el empleo de la numerología, el universo sonoro con los cantos, los rezos, los instrumentos (tambores batá que se emplean en las ceremonias rituales), los receptáculos, el vestuario e indumentaria, atributos entre otros, son formas simbólicas en el universo de los orichas, y todos ellos comunican su filosofía y concepciones litúrgicas o conductuales. Aun cuando todos estos componentes constituyen hechos investigativos más extensos, nos referiremos a los comportamientos hallados en el análisis documental.

En la historia de la Regla Ocha-Ifá aparece el componente oral como parte indisoluble en la transmisión de saberes de generación en generación para la supervivencia del sistema. Era el medio por el que padrinos/madrinas conducían la vida religiosa del iniciado o creyente y los secretos litúrgicos.

La filosofía y prácticas fueron legadas a través de los cantos, los que, al igual que los oráculos de adivinación, son formas de comunicación con los orichas. Es sabido que en esta transmisión, el sentido y traducción de los cantos, se produjeron ciertas pérdidas irreparables, así como modificaciones o deformaciones inevitables.

Los cubanos cuando llegan a otros territorios también llevan consigo esas deformaciones, por lo que los estudios de centros especializados y la Asociación Cultural Yoruba de Cuba, debería centrar las fuerzas: en los cantos esta la verdadera forma de hacer las cosas (V. Betancourt, comunicación personal, 3 de abril de 2019).

En el exterior encontramos, que la oralidad sigue siendo poderosa, muchos iniciados con 20 o más años de consagración siguen adoptando los viejos métodos por la resistencia o imposibilidad de manejar las nuevas tecnologías de la comunicación.

En las casas de culto, los iniciados por lo general explican a los nuevos creyentes nociones de religión, las diferencias con otras y el significado de la vida según la filosofía de la regla. Además, ocurre la formación de lazos sociales que se entablan desde la noción de familia de santo. Las consultas o el momento del ITA⁴, es básicamente, una conversación en la que los orichas hablan con el iniciado para hacerle saber las conductas a seguir en su nueva vida como consagrado.

Papel de los medios masivos de comunicación

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información han cambiado al mundo en materia informativa, la transmisión a escala masiva de conocimientos transformó las ideas y percepciones desde el surgimiento de la imprenta hasta el internet. A estas fuentes, se le ha denominado “el cuarto poder”, debido a la influencia, adoctrinamiento, reproducción de criterios que ejercen los medios sobre el espectador, denotando la vigencia aún de una teoría tan lejana en el tiempo como la teoría hipodérmica

En temas religiosos, las transformaciones tecnológicas han ayudado a la difusión de prácticas no clásicas por el mundo, por lo que se aprecia una readecuación de la religiosidad, que explora nuevos universos simbólicos y sagrados.

En el caso de la Regla Ocha-Ifá, los medios convencionales han servido como fuente esclarecedora o difusora de prejuicios. En la transnacionalización actual de esta religión, percatamos las dos tendencias anteriores, dependiendo de la fuente. En América Latina, por ejemplo, el boom de las religiones afrodescendientes y la expansión

⁴Ceremonia que se le realiza al iniciado en la Regla de Ocha al tercer día de la consagración, se le dice su pasado, presente y futuro. Los orichas hablarán a través de los caracoles del Diloggun, y según los odduns que salgan se le dirá la norma de conducta así como los determinados tabúes que deberá cumplir a partir de ese momento.

vertiginosa de las mismas, los medios abren cabida a cientos de reportajes, documentales, artículos en periódicos para la visibilidad y desprejuiciamiento de las nociones de brujería, magia negra, hechicería. El Nuevo Herald, por ejemplo, difunde con sistematicidad desde hace algunos años la Letra del año, en tanto, El Universal, órgano difusor mexicano, con lectura extraterritorial en sitios de Colombia y Venezuela, se hace eco de la prensa sensacionalista al publicar desde una percepción discriminatoria y prejuiciosa las prácticas religiosas de líderes políticos o las ilegalidades de algunos religiosos(as), generalizando y estereotipando a los practicantes.

En las IC como la televisión, en no pocas ocasiones y desde programas no informativos, y sí de ficción o novelas, reality shows, que se consumen en la región, se ha abordado este sistema religioso con superficialidad hacia las problemáticas humanas, indicativo de desconocimiento de la filosofía religiosa o cuanto menos de la espectacularización banal de algunos de sus atributos.

Aun cuando la visibilidad de los temas religiosos en los medios de comunicación, afirma, intencional o ingenuamente, la multiplicación de referentes en territorios extranjeros, la tendencia es a que estos trabajen a favor de la perpetuación de la religión hegemónica y tiendan a demonizar a los cultos y prácticas que tildan de bárbaros o primitivos, favoreciendo con ello el refuerzo a largo plazo de visiones estereotipadas, discriminatorias en la audiencia o cuanto menos que tienden a la folclorización.

Por su parte, las nuevas tecnologías de la información, como el caso del internet o las redes sociales, muestran infinidad de páginas web, enlaces, usuarios, videos, imágenes etc., que difunden las prácticas, valores y preceptos por un lado, y por el otro sirven como plataforma de mercado que ofrece servicios y objetos religiosos.

El análisis holístico no puede pasar por alto el impacto de sitios que como Iworos.com, Santeria.fr, Peru Yoruba, Bolivarifa, entre otros, hacen posible la estandarización a mayor escala de prácticas y referentes religiosos; se presentan conferencias instructivas, pretenden desmitificar las malas prácticas, difunden cual directorio contemporáneo, un gran número de religiosos dispuestos a ofertar sus servicios comerciales o remiten a casas templos específicas.

Se trata de sitios/ espacios de producción simbólica, gestionados por agentes denominados cybersanteros, los cuales van ganando protagonismo virtual y posicionamiento incluso económico, “se valen de la información disponible en las páginas web de esos sitios, la creación de foros de discusión permiten entrar en contacto con un gran número de personas iniciados y simpatizantes de la religión de los orichas” (Argyriadis, 2012, p.48).

Proliferan entre tanto, páginas web sencillas en lo que concierne a la arquitectura de la información, que utilizan métodos desprovistos de organización visual en la navegación, controladas por administradores que muchas veces desconocen las pautas creativas o la usabilidad para garantizar la transmisión correcta de información. Cabe mencionar que ante estas tendencias tecnológicas e informativas, la ACYC, sociedad que responde a lógicas institucionales, no cuenta, desafortunadamente, con una

página web que facilite procesos de intercambios comunicativos entre los creyentes, que haga frente a actitudes religiosas deslegitimadoras, desde las cuales el usuario, creyente o potencial creyente, otorgue crédito a la visión informativa que remiten actores informales.

Las redes sociales, plataformas que enlazan naciones de forma instantáneas, también son sitios de intercambio religiosos. Las más empleadas son Facebook y Youtube, aunque en Instagram o Pinterest también se encuentran muchos perfiles religiosos.

Estos medios/plataformas sirven como difusión de diversas prácticas religiosas, entre ellas, la que nos ocupa y según el uso que se les dé pueden o no legitimar la religión en los contextos transnacionales. Los foros de debate actúan como espacio donde confluyen diversas tendencias, modos de hacer o concebir los procesos religiosos o corrientes como el tradicionalismo o el criollo. Diversas culturas y concepciones entran en juego y el valor simbólico-práctico del tratamiento en estos sitios amerita futuras investigaciones que analicen la relación entre el entramado tecnológico y los nuevos usos religiosos vinculados a la Regla.

Las opiniones con respecto al tema se definen principalmente: en fatalistas respecto al peligro de la desacralización del secreto litúrgico en las redes o la difusión de malas prácticas, o las positivistas, que avizoran mediante estos espacios una legitimación a escala planetaria del sistema religioso y la centralización de modos de hacer idóneos.

Conclusiones

La transnacionalización de las prácticas culturales de la Regla Ocha-Ifá se desenvuelve en el panorama actual desde lógicas mercantilistas y globalizantes, influenciadas por procesos económicos, políticos y sociales que resultan en movimientos sociales migratorios. Este fenómeno funciona a la inversa de los procesos globales: de la periferia al centro, con la religión como fuente espiritual y material como medio alternativo de escape a la convulsión contemporánea.

Las redes transnacionales crean relocalizaciones, formación de culturas híbridas y adaptaciones de objetos, prácticas y herramientas simbólicas que mutan en los lugares de acogida. Los actores transnacionales son anclaje entre el punto de partida y el de asentamiento; crea y asocia nuevas redes sociales o de parentesco. El grado de vinculación a la red está determinado por la influencia que ejerza en la misma, determinada por la retroalimentación y bondades del intercambio de bienes materiales y simbólicos.

La comunicación oral como fuente de trasmisión coexiste con nuevas formas y competencias informacionales. El uso de los medios masivos y de las TICs legitiman o desacreditan el valor social de la religión dependiendo su uso. El estudio del tema debe ser visto con mirada interdisciplinar, asegurando los aportes científicos para el enriquecimiento de perspectivas.

Referencias bibliográficas

- Argyriadis, K. (2012). *En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas*. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Ferrer, A. (1996). *Historia de la globalización*. FCE.
- Guillot, M. y Juárez. N. B. (2012). Dinámicas religiosas y lógica mercantil de las religiones afroamericanas en México y Portugal. En K. Argyriadis (Ed.), *En sentido contrario. Transnacionalización de religiones africanas y latinoamericanas* (pp. 63-84). Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social.
- Menéndez, L. (2016). *Para amanecer mañana, hay que dormir esta noche. Universos religiosos cubanos de antecedente africano: procesos, situaciones problemáticas, expresiones artísticas*. Ed. UH.
- Pradilla Cobos, E. (2009). La mundialización, la globalización imperialista y las ciudades latinoamericanas (Mondialization, Imperialist Globalization and Latinamerican cities). *Bitácora* 15(2), 13-36. <https://www.researchgate.net/publication/41734053>

La comunicación: historia y retos para la teoría latinoamericana

Communication: history and challenges for Latin American theory

Dagmara Barbieri López¹E-mail: bdagmara202@gmail.comORCID: <https://orcid.org/0009-0003-7957-7215>

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Barbieri López, D. (2024). La comunicación: historia y retos para la teoría latinoamericana. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 214-220. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

Los estudios de la comunicación social han ido complejizando dado el propio desarrollo económico, social, político y tecnológico que ha tenido la humanidad con el decurso de los años. Ello se debe al tránsito de un modelo de comunicación vertical, unidireccional y dominante hacia uno más democrático y participativo, donde el proceso es interaccional y de producción de sentido y significados compartidos. El presente texto tiene como objetivo ofrecer una visión panorámica de las diferentes corrientes que han abordado la relación de los medios de comunicación con sus públicos; dedicando un particular apartado a los aportes latinoamericanos en la concepción de uno de los elementos del proceso comunicativo: la recepción.

Palabras clave:

Teoría de la comunicación, Modelos de comunicación, Audiencias, Recepción.

ABSTRACT

The studies of social communication have become more complex given the economic, social, political and technological development that humanity has had over the years. This is due to the transition from a vertical, unidirectional and dominant communication model to a more democratic and participatory one, where the process is interactional and produces meaning and shared meanings. The objective of this text is to offer a panoramic view of the different currents that have addressed the relationship between the media and their audiences; dedicating a particular section to the Latin American contributions in the conception of one of the elements of the communicative process: reception.

Keywords:

Communication theory, Communication models, Audiences, Reception.

Introducción

Con el surgimiento de los estudios de la comunicación, en sus inicios motivados por razones administrativas y económicas para conocer el impacto de los medios de comunicación en las personas, se fue configurando poco a poco una gama de corrientes en el ámbito comunicativo que si bien no dieron una respuesta definitiva y convincente al papel de los medios de comunicación en nuestra sociedad, si contribuyeron a la conformación de un campo académico y de investigación que reforzó sin dudas su importancia como disciplina científica.

Más allá de los afanosos y convulsos debates en torno a la legitimidad del campo de estudio, sobresalen los valiosos aportes hechos desde las diversas ramas al campo de la comunicación, propiciando la constitución del corpus teórico propio de esta nueva área de saberes, de interés central para las ciencias en el actual milenio. Galindo (2002) apunta que la comunicación, un fenómeno inherente al surgimiento y la evolución de la especie humana, reconocida como campo de conocimiento, es relativamente joven, pues no deviene objeto de estudio hasta la aparición de los medios masivos de comunicación.

A través de una mirada retrospectiva se puede observar como la comunicación se labró un camino en el que transitó muchos años para ir despojándose de las antiguas concepciones de los efectos mágicos, limitados, acumulativos o cognitivos logrando romper el paradigma sobre los resultados a corto y a largo plazo. La investigación en comunicación transcurre desde concepciones ilusorias, como la Teoría Hipodérmica, hasta modelos más apegados a la realidad, donde cada uno supera a su anterior desde una aproximación cada vez más veraz y variada en su objeto de estudio, que ha aportado interesantes y renovadores paradigmas.

En la actualidad hay muchos estudios y conceptos sobre comunicación, los que se enmarcan en dos tendencias: una la que ubica a la transmisión como el elemento esencial del proceso y otra la que centra su mirada en los procesos de significación (Vidal, 2002). La primera está signada por el modelo transmisivo, lineal entre emisor y receptor, y la segunda estipula que cada mensaje emitido no es más que una propuesta de interpretación de la realidad, que es reinterpretada por el que recibe el mensaje, y por lo tanto, el proceso comunicativo es por esencia participativo e interaccional.

Los estudios al respecto se han ido complejizando y pueden señalarse varias etapas en su desarrollo, las cuales se han enfocado principalmente en los estudios acerca de los efectos provocados por los medios de comunicación social y los procesos de recepción de los mensajes transmitidos por estos. Ello está en correspondencia con el propio desarrollo económico, social, político y tecnológico que ha tenido la humanidad con el decursar de los años.

El presente texto tiene como objetivo ofrecer una visión panorámica de las diferentes corrientes que han abordado la relación de los medios de comunicación con sus públicos; dedicando un particular apartado a los aportes latinoamericanos en la concepción de uno de los elementos del proceso comunicativo: la recepción.

Materiales y métodos

El trabajo se sustenta en una alternativa metodológica de carácter cualitativo debido a las posibilidades interpretativa, inductiva, multimetódica y reflexiva de la investigación cualitativa, así como su capacidad de obrar con “métodos de análisis y de explicación flexibles y sensibles al contexto social en el que los datos son producidos” (Vasilachis de Gialdino, 2007, p.29). Desde un punto de vista técnico, se empleó el análisis bibliográfico y documental en la estructuración de los fundamentos teóricos y conceptuales de la investigación.

Resultados-discusión

Epistemología de la comunicación de masas

La génesis de los estudios de la comunicación de masas se ubica a partir de la década del veinte del pasado siglo en los Estados Unidos. Es en esa etapa cuando se produce la autonomía de la comunicación, pues se estructuró allí un sistema de comunicación de masas. Fue el boom de la radio con el impacto insuperable de romper con el paradigma de un soporte físico, pues la voz era invisible. Por esos tiempos surge también el cine sonoro. Según refiere Alonso (1998), luego de configurarse el sistema de comunicación en Norteamérica, “Alemania en los años 30 también logró radio, televisión y prensa escrita y este hecho real comienza a provocar inquietudes, se puede entonces identificar la comunicación con fisonomía propia y a partir de ese momento crece en centralidad” (p.10).

Desde entonces comenzó a forjarse un equívoco de envergadura que perdura hasta nuestros días: considerar a la llamada comunicación de masas como el objeto de estudio de la Teoría de la Comunicación. Algarra (2003), por su parte, plantea que:

La comunicación de masas es, sin duda alguna, uno de los fenómenos en cuyo estudio se centra la Teoría de la Comunicación, pero no es su objeto específico ni único () Una teoría de la comunicación de masas exige como cimiento el estudio del fenómeno de la comunicación desde su perspectiva más básica, pues la definición conceptual de la comunicación con que se trabaje condicionará de manera inevitable la formulación de una teoría de la comunicación pública. (p.15)

De acuerdo con Mattelart y Mattelart (1997), Vidal (2002) y Wolf (s.f) en la literatura académica pueden encontrarse diversas corrientes y escuelas teóricas en el campo de la comunicación social. De manera particular en Norteamérica, una de estas se basa en el estudio de los efectos como directriz principal de la investigación y se distinguen dos etapas: efectos mágicos y efectos limitados.

Los efectos mágicos tuvieron su gran momento entre los años 20 y 40 del siglo XX. En esa época los medios tenían gran fuerza, el mundo se recuperaba de la primera guerra mundial, y había ocurrido el crack bancario. Se veía venir otra guerra, existía inestabilidad social, la gente desconfiaba de las instituciones tradicionales como la iglesia, la escuela, y entonces los medios nuevos como la radio no se veían culpables. Todo el debilitamiento de las demás

instituciones favoreció a los medios de comunicación de masas.

La teoría de los efectos mágicos tuvo sus raíces teóricas en el concepto burgués de sociedad de masas “en el que el hombre aparece aislado, pobre en defensas ante el impacto de los medios, manipulable” (Vidal, 2002, p.16). Otro de sus basamentos teóricos de los efectos mágicos es la psicología conductista, que centra sus estudios en el estímulo-respuesta. Ambas tienen limitaciones, pues el fundamento filosófico del hombre aislado y manipulable niega su capacidad de interactuar.

Dicha concepción también se conoce como la *bullet theory* (teoría bala) o teoría de la aguja hipodérmica y tiene entre sus principales exponentes a Harold Lasswell, Walter Lippman y Chakhotin. En sentido general, consideraba a los medios de comunicación como la principal y más influyente fuente de información que tiene el hombre para provocar ciertos efectos (respuestas), que pueden crear o modificar actitudes.

Por otra parte, en la década de los 40 se hacen comprensiones más complejas. Los efectos limitados se nutren de la psicología experimental, la cual focaliza la atención en las características psicológicas individuales y en los efectos persuasivos. Entre sus principales aportes figura el reconocimiento del papel del grupo y la existencia de líderes de opinión. Se le denomina teoría del doble escalón, pues en un lado se sitúan los líderes de opinión y en otro inferior el sector pasivo. De esta forma se demuestra que los medios no operan en el vacío social, sino que funcionan en un entramado complejo de relaciones sociales.

En esa fecha Paul Lazarsfeld, físico, matemático y sociólogo, investigó y concluyó que los medios de comunicación suman su influencia a otros; por tanto sus efectos son limitados por diferentes mediaciones como el papel de los líderes de opinión, la credibilidad del comunicador, la exposición y percepción selectiva, la importancia de los intercambios personales, unilateralidad o bilateralidad de las argumentaciones, orden de las argumentaciones, predominio racional o emocional de los mensajes.

La corriente de los efectos limitados se nutre también de la denominada psicológica experimental, la cual aislaba en un laboratorio los procesos comunicativos concentrando su atención en las relaciones entre el mensaje y los destinatarios. El principal representante fue Carl I. Hovland quien salió de la Universidad de Yale en 1942, e ingreso a Estados Unidos durante la Segunda Guerra Mundial para ser jefe de investigaciones de la División de Información del Ejército. Este académico estudió la recepción del mensaje en filmes para levantar la moral del soldado, basándose en técnicas de persuasión y cómo se manipulan los grupos al cambiar, por ejemplo, las fuentes de credibilidad. En tal sentido, se identificaron factores que inciden en el proceso persuasivo como el interés por adquirir la información, la exposición selectiva a los medios y la memorización selectiva (Vidal, 2002).

Se precisan así las dos coordenadas que orientan este enfoque. La primera constituida por los estudios sobre las características del destinatario, que mediatizan la realización del efecto persuasivo y la segunda representada por

las investigaciones sobre la organización óptima de los mensajes.

El modelo de los efectos fue el que más atención recibió y aún hoy mantiene vigencia, aunque desde diferentes puntos de vista. Posteriormente en los años 60 con la crisis de los paradigmas de las ciencias sociales se hacen aportes a la teoría de los efectos y se habla ya de una sedimentación de criterios en los receptores, que posibilita hablar de efectos acumulativos o cognitivos.

El concepto de efecto cognitivo se comprende como el conjunto de las consecuencias de la acción comunicativa, de carácter público e institucional, que inciden en los saberes públicamente compartidos que condicionan la manera en que los individuos perciben y organizan su entorno más inmediato, su conocimiento sobre el mundo y la orientación de su atención hacia determinados temas, así como su capacidad de discriminación referida a los contenidos de la comunicación de masas (Vidal, 2002).

Una visión diferente del sistema de comunicación de masas la ofrece el enfoque de los usos y gratificaciones. Surgió con el pensamiento funcionalista de los años 40 y constituye es el primer modelo centrado en los estudios de recepción. Concibe que el uso de los medios esté determinado por las necesidades de los individuos, tanto cognitivas, como afectivo-estéticas, integradoras a nivel de personalidad, a nivel social y necesidades de evasión.

Esta perspectiva de la investigación de la comunicación de masas norteamericana parte de la teoría estructural-funcionalista de Talcott Parson y en particular de su aplicación al estudio de los sistemas comunicativos realizado por Harold Lasswell y Merton (Wolf, s.f; McQuail, 1991). El funcionalismo concibe el sistema social como un todo cuyas partes desempeñan roles de equilibrio, coexiste con el conductismo sin dificultad. No obstante, aceleró el envejecimiento de la corriente informacional tradicional. Luego esta corriente fue retomada en los años sesenta y setenta de una forma más elaborada, pues los aportes de nuevas ciencias lo enriquecerían y se puede citar como trascendental la semiótica, ya que esta última reconoce la asimetría entre el receptor y el emisor.

Los estudios inspirados en las teorías estético-literarias surgen en los años setenta como reacción a la rigidez del estructuralismo y su matriz científica está bastante alejada de los estudios sociológicos, pues se centra más en lo que la lectura hace a los lectores, que lo que los lectores hacen con la literatura. Según la investigadora Alonso (1999) los aportes de las teorías literarias a las investigaciones sobre medios de comunicación sirvieron de base teórica a los *Cultural Studies*, que redimensionaron el concepto de la cultura, entendida no solo en su acepción antropológica, sino fundamentalmente como producción e intercambio simbólico; y entiende la recepción como un proceso activo de interpretación (Alonso, 1999) centrando su análisis en “el papel que las diversas prácticas culturales de la audiencia desempeñan en la producción social de sentido a partir de los medios de comunicación” (p.14).

Los estudios culturales y los estudios de recepción son los más modernos. El primero de ellos tiene sus antecedentes en Gran Bretaña en los años cincuenta y encarnaron

“la resistencia a una cultura en instituciones británicas anquilosadas en el conservadurismo académico y elitista” (Padilla, 2003, s.p).

Desde su aparición, el discurso a favor o en contra de los medios se trasladó hacia un nuevo contexto de relaciones para entender la lógica contemporánea de una nueva ecología social. De esta manera todos los grupos particulares de la estructura social se convirtieron en objetos de estudio privilegiados. (Galindo, 2008, p.121)

Como ha expresado la investigadora brasileña Vasallo de López (1994):

Los estudios culturales no sólo liberaron la reflexión sobre la recepción del modelo reduccionista del estudio de efectos sino que, analizando la producción de la recepción dentro de un modelo semiótico (de inspiración marxista), colocaron a la recepción como práctica compleja de producción social de sentido. (p. 181)

En este sentido, la sociología de la cultura se ha convertido en una de las fuentes científicas centrales de los estudios de la comunicación. Al respecto, García Canclini (1990) declara que la sociología de la cultura ha actuado como un marco ontológico y epistémico para comprender una concepción de la comunicación y su acción dentro de la sociedad y de la cultura. Se abrió así un enfoque nuevo en el estudio de la relación mensaje-destinatario, el de los estudios de recepción.

El análisis de la recepción aumentó de interés al observarse la manera activa y crítica en la que los espectadores establecen sus propias significaciones y construyen su propia cultura, en lugar de absorber de manera pasiva las formas predigeridas que le son propuestas desde los medios. Justamente, el análisis de la recepción parte de la integración de las tradiciones literarias y de las ciencias sociales, y desarrolla un estudio tanto de los públicos como de los contenidos del mensaje (Orozco, 1997a) pero, esencialmente enfatizan en los contextos donde viven los receptores, porque es lugar idóneo para dotar los mensajes de sentido.

La pertinencia y relevancia social de este tipo de estudios radica no sólo en su contribución al análisis científico del receptor o su posible utilización práctica, sino en que la recepción es ante todo un acto social que sirve para negociar la definición de la realidad social en el contexto de prácticas culturales y comunicativas amplias, y en que “toda teoría del público implica una teoría de la televisión y en última instancia una representación de la realidad” (Wolton, s.f., citado por Alonso, 1999, p.6).

Sobre los estudios de recepción, Orozco (1997a) sostiene que

La asignatura pendiente para la investigación de medios, audiencias y mediaciones, así como para el trabajo pedagógico con las audiencias, es la de generar un conocimiento, con y desde las propias audiencias, que permita retroalimentar sus procesos particulares de recepción, apropiación y usos de los medios” (p.29).

Solo así en su opinión, sería posible

Explicar con y para las mismas audiencias, los distintos componentes del proceso comunicativo y sus interconexiones que les posibilite modificar sus procesos de escucha, lectura y vivencias frente a los medios, fortaleciendo sus competencias comunicativas, organizativas y participativas para trascender su condición de espectadores a interlocutores. (Orozco, 1997a, p.29)

Luego de los años setenta y ochenta con la crisis de los paradigmas de las ciencias sociales y el estremecimiento del pensamiento social, el campo de la comunicación comenzó a experimentar grandes transformaciones. Entonces nuevas directrices se tienen en cuenta: enfoque sociológico, multidisciplinariedad y cambio en la perspectiva temporal de la investigación (Vidal, 2002, Wolf, s.f). Entre esas tendencias actuales se enmarca el pensamiento comunicológico en América Latina, cuyo desenvolvimiento ha estado marcado por cruentos conflictos políticos.

El diálogo: un paradigma comunicativo.

En la década de los ochenta los nuevos aires políticos sacuden América Latina, que ya se va liberando de las dictaduras y antes del derrumbe del campo socialista las ciencias de la comunicación se ven conmocionadas. En esta crisis se inserta el cuarto momento, la visión de los problemas de la sociedad desde otro ángulo: la vuelta al sujeto.

En el horizonte se perfila otro paradigma, el del reconocimiento y la pertinencia de una teoría que parte de las percepciones de aquel, de su subjetividad, que acoja las oscilaciones de sentido, que capte la comunicación como un proceso dialogante donde la verdad, que nunca más será única, se desprende de la intersubjetividad. (Mattelar, 1991, citado por Vidal, 2002, p.69)

En los inicios, la mayor parte de las investigaciones sobre el campo comunicativo en la región se guiaron por las corrientes empiristas y funcionalistas norteamericanas que se impulsaban desde la CIESPAL. Perspectiva que fue criticada Mattelar y Mattelar (1991), al denunciar la dominación ideológica realizada por los medios y su vinculación a un proyecto multinacional imperialista. Según el investigador brasileño De Melo la época de los años 70 del siglo XX tiene en su haber, “el surgimiento de una conciencia latinoamericana sobre los problemas teóricos y metodológicos de la comunicación, pero han faltado fuerzas para predecir la alternativa deseada: La construcción de modelos efectivamente latinoamericanos” (p.3).

Los aportes del colombiano Jesús Martín Barbero, del argentino Nelson García Canclini, del mexicano Guillermo Orozco, entre otros, conceden a la producción latinoamericana contemporánea una vitalidad creativa que la eleva a los primeros planos mundiales. Esta comprensión compleja que interrelaciona la cultura y la subjetividad como mediadores de procesos comunicativos permiten dar cuenta de la realidad latinoamericana, diversa, híbrida, contradictoria y de temporalidades históricas distintas. De acuerdo con García Canclini (2001), “los estudios comunicacionales han puesto de manifiesto el carácter transcultural, transnacional de los fenómenos de comunicación masiva o de industrialización de la cultura” (p.5).

Esas interpretaciones ofrecen una base conceptual sobre la que fue erigiéndose el nuevo paradigma comunicativo. Parece que definitivamente aparece una concepción no lineal del proceso comunicativo, al evidenciarse estrategias de recepción y consumo complejas, que caracterizan a la comunicación como una negociación, como un diálogo. A juicio de Vidal (2002) se trata de un giro en la investigación de la comunicación, “que va del contenido y el lenguaje de los medios a la compleja dinámica de los elementos heterogéneos que entran en juego y a la negociación en que se reelabora su sentido” (p.80).

El debate en Latinoamérica en torno a la recepción de las audiencias ha estado influenciado por dos cuestiones fundamentales: la ubicación histórica de los procesos y los productos de la cultura de masas en su relación con las culturas populares, y la contextualización de lo que se produce en los medios en su relación con lo que acontece en los demás espacios de lo cotidiano. Con lo cual se valorizan la cultura popular en los procesos de intercambio, interacción y configuración de los significados en las relaciones emisor-receptor.

Y es precisamente, la integración de lo popular -elemento constitutivo de las identidades culturales latinoamericanas- en los estudios de comunicación lo que distingue y diferencia la propuesta del continente con relación a Europa y Norteamérica hacia la conformación del estatus disciplinar de la comunicación. Al respecto Martín Barbero (1987) afirmaba que lo popular posibilita adecuar la comunicación masiva al lenguaje de la industria cultural mediante los procesos de homogeneización y estilización.

Es como mestizaje y no como superación, continuidades en la discontinuidad, conciliaciones entre ritmos que se excluyen, como se están haciendo pensables las formas y sentidos que adquiere la vigencia cultural de las diferentes identidades: lo indígena en lo rural, lo rural en lo urbano y lo popular en lo masivo. (p.205)

A la vez, resultan válidas las aportaciones del pensamiento filosófico, marxista y cristiano de Paulo Freire en relación a la comunicación cotidiana y su repercusión en el silencio de los oprimidos. El gran pedagogo brasileño al referirse al diálogo, expresa que:

La existencia humana no puede ser silenciosa, ni nutrirse de falsas palabras, sino de palabras verdaderas con las cuales los hombres transforman el mundo. Existir es pronunciar el mundo, es transformarlo. El mundo pronunciado retorna, a su vez, problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento. (Freire, 1970, p.100)

Para Freire (2004) la relación dialógica omite arrogancias y autosuficiencias: “en este lugar de encuentros, no hay ignorantes absolutos ni sabios absolutos: hay hombres que en comunicación, buscan saber más” (p. 253). En la concepción freireana humanista y democrática para propiciar el diálogo es necesaria, la humildad, el respeto, la fe, el amor para que se instaure la confianza lo que hará que “los sujetos dialógicos se vayan sintiendo cada vez más compañeros en su pronunciación” (Freire, 2004, p. 254).

Agrega Freire (2004) que solamente el diálogo, que implica el pensar crítico es capaz de generar un espacio sin temporalidades y haya así una verdadera educación, que supere la contradicción del educador como todopoderoso y se instaure como situación gnoseológica, en la que los sujetos hacen coincidir su acto cognoscente sobre el objeto cognoscible que los mediatiza.

Para el educador- educando dialógico, problematizador, el contenido programático de la educación no es una donación o una imposición -un conjunto de informes que han de ser depositados en los educandos-, sino la devoción organizada, sistematizada y acrecentada al pueblo de aquellos elementos que este le entregó en forma inestructurada. (Freire, 2004, p.255)

Por otra parte, para Rebellato (2004) la cultura se encuentra asociada en cuanto a relaciones sociales y redes comunicativas: “el intelectual que quiera emprender un proyecto verdaderamente comprometido con las masas populares debe pasar por un verdadero proceso de conversión y desestructuración” (p.299), pues, “una determinada formación académica ha reforzado en nosotros la identificación de la cultura con el conocimiento. Una determinada orientación tecnócrata ha hecho pasar a segundo plano, o simplemente ha ignorado, las dimensiones cualitativas, simbólicas y afectivas” (p.300). Agrega que esto sucede porque somos parte de una cultura que otorga una primacía a la racionalidad instrumental y que ponerla en tela de juicio no significa ser menos eficaces.

Como áreas del conocimiento relacionadas con la comunicación, la cultura y la educación popular se interrelacionaron para aludir al nuevo paradigma. Kaplún (2004) al abordar la correspondencia entre relaciones educativas y comunicacionales especificó que a cada modelo educativo corresponde un modelo comunicativo y en ese sentido destacó el carácter social del aprendizaje.

El grupo como espacio privilegiado de aprendizaje aparece tanto en Freire como en Vygotski y Bruner. Estos últimos destacan su potencialidad como ámbito generador de una red de interacciones con los expertos, pero también entre pares, con el medio social, con otros grupos interdisciplinarios. (Kaplún, 2004, p.37)

Los códigos culturales deben estar presentes en los mensajes, lo que Kaplún (2004) llamó el color y el sabor de la gente:

Las maneras de expresarse y vestirse, los juegos, las tradiciones y refranes, los personajes y lugares, las comidas y los colores de las casa Saber captar esas cosas e integrarlas en nuestros mensajes es una necesidad de la comunicación. Porque si no, es probable que sean mensajes sin vida, sin emoción, sin color ni sabor. (p.41)

Una de las formas en que el ámbito de la comunicación avanzó hacia el conocimiento cualitativo de la relación cultura-medios de comunicación-sociedad ha sido a través de lo que se conoce como mediaciones. En ese sentido vale resaltar los aportes de Martín Barbero (1989) al destacar mediaciones individuales, institucionales, massmediáticas, situacionales y de referencia: “más que de medios, la

comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura, y por lo tanto necesitada no sólo de conocimientos, sino de re-conocimiento” (p.23).

Por parte, Orozco (2004) al referirse a los estudios de recepción declara que en ellos inciden un conjunto particular de prácticas sociales y culturales que determinan los significados atribuidos a los productos comunicativos. Y expresa

La perspectiva de las mediaciones entonces se ha instaurado como un núcleo de consenso epistemológico, para desde ahí abordar con frescura conceptual y creatividad metodológica; pero también para entender de manera más inclusiva e integral una serie de condicionantes, situaciones y subprocesos dentro del proceso mayor de la comunicación, en especial con referencia a los medios. (p.336)

En tanto, García Canclini (1992) incorpora la dimensión sociocultural al consumo, con lo cual “todo bien es un estímulo para pensar y al mismo tiempo un lugar impensado, parcialmente en blanco, en el cual los consumidores, cuando lo insertan en sus redes cotidianas, engendran sentidos inesperados” (p.10). De ahí que, es posible reconocer la asimetría entre emisión y recepción, y la multiplicidad de usos sociales de los productos comunicativos.

Como se ha expresado, en los años cuarenta nuevas ciencias enriquecen a la teoría de la comunicación. Vale destacar en esa época el surgimiento de la psicología social y los aportes de la Teoría de Campo, formulada por Lewin. Este autor afirma que las variaciones individuales del comportamiento humano con relación a la norma son condicionadas por la tensión entre las percepciones que el individuo tiene de sí mismo y del ambiente psicológico en el que se sitúa el espacio vital. Sus trabajos en el período inmediato a la segunda Guerra Mundial son el origen de la investigación-acción, a la cual América Latina ha hecho grandes aportes a partir de la investigación educativa y la educación popular.

Fue ese el antecedente de uno de los conceptos más importantes de esa disciplina en la contemporaneidad, el de la representación social y que dentro de este campo de estudio contribuye a la comprensión del proceso de recepción. Las representaciones sociales son en primer lugar y sobre todo

Modos de reconstrucción de la vida social, el producto y el proceso de reconstrucción mental de lo real por un aparato psíquico humano con el concurso de otro. Algunos de ellos con representaciones de hechos, otros con representaciones de ideas. Los dos descomponen y recomponen su objeto. (Moscovici, 1986 p. 32)

La representación tiene como funciones el procesamiento de la información, al otorgarle un sentido al medio, y servir de guía o plan para la conducta de los sujetos. Al activarse actúa como modelo, organiza y estructura internamente los contenidos de la realidad, interviniendo en la identificación, reconocimiento y evocación de los objetos.

Dentro del campo de la comunicación, las representaciones sociales resultan válidas para el análisis de los procesos de recepción de los mensajes Martín Serrano (1982)

expresa que “la representación, en el campo de la comunicación, actúa organizando un conjunto de datos de referencia proporcionados por el producto comunicativo, en un modelo que posee algún sentido para el usuario o los usuarios de la representación” (pp. 167-168). Lo que significa que en el proceso de recepción se sintetizan todas las mediaciones socioculturales que han intervenido previo al acto comunicativo y que se activan precisamente al evocarse las representaciones del individuo.

Conclusiones

En forma de complementación a lo legado por las primeras teorías, existe lo que se denominó: la vuelta al sujeto. Gracias a esa perspectiva crítica, interesada en los procesos de recepción y consumo de los productos culturales, el proceso comunicativo es visto como un intercambio simbólico donde subyace la cultura. El retorno al sujeto es la reafirmación de un paradigma que estipula que la audiencia no es completamente manipulada por los medios de comunicación que puede elegir, que posee una cierta libertad, un sujeto que posee su subjetividad.

En la era posmoderna se produce un cambio en el orden económico capitalista pasando de una economía de producción hacia una de consumo, a su vez las ciencias sociales posmodernas han recuperado con la vuelta al sujeto la visión de los problemas desde otro ángulo, pero a través de un acercamiento a donde se reconocen como tales en sus espacios más íntimos de la vida cotidiana así la posmodernidad varía el enfoque de lo común, que viene a ser el barrio, el trabajo, la casa.

El enfoque transdisciplinar de la comunicación viene a exigir a través del prisma de la posmodernidad la mezcla, esa mixtura de ciencias que se contraponga a la verdad absoluta explicada por una sola, porque en realidad la verdad absoluta o lo ya predicho en el tiempo está en duda, por eso es imprescindible esa multiplicidad de enfoques científicos.

La teoría latinoamericana expone por consiguiente una complejización de su objeto de estudio, a un desplazamiento sin precedentes, pues se avizora un cambio de metodologías, una simbiosis de influencias que da pasos hacia las transdisciplinariedad.

Referencias bibliográficas

- Algarra, M. M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Tecnos.
- Alonso, M. M. (1998). *Teoría de la Comunicación. Apuntes del profesor*. Universidad de la Habana, Facultad de Comunicación.
- De Melo, M. (1990). La investigación latinoamericana en comunicación. *Chasqui*, (31).
- Freire, P. (1970). *El cambio*. Siglo XXI.
- Freire, P. (2004). *La esencia del diálogo. Concepción y Metodología de la Educación Popular. Selección de Lecturas*. Editorial Caminos.

- Galindo Cáceres, J. (2002). *La comunicación como campo profesional posible. De los oficios por venir*. <http://www.geocities.com/arewara/arewara.htm>.
- Galindo Cáceres, J. (2008). Comunicología y Estudios Culturales. Encuentro entre la comunicación y la cultura visto desde el inicio del siglo XXI. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XIV (027), 113-131. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31602705.pdf>
- García Canclini, N. (1990). *La sociología de la cultura, Pierre Bourdieu Sociología y cultura*. Editorial Grijalbo.
- García Canclini, N. (1992). Los estudios sobre la comunicación y consumo: el trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. *Diálogos de la Comunicación*, (32).
- García Canclini, N. (2001). Dilemas de la globalización: Hibridación cultural, comunicación y política. Voces y culturas. *Revista de Comunicación*, (17), 1-17.
- Kaplún, G. (2004). *Mapas y territorios de la participación. Comunicación y Educación Popular*. Editorial Caminos.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (1989). Comunicación y Cultura: Unas relaciones complejas. *Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (19), 21-26. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8831590>
- Martín Serrano, M. (1982). *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia*. Editorial Corazón.
- Mattelart, A., y Mattelart, M. (1991). La recepción: el retorno al sujeto. *Diálogos de la Comunicación*, (30).
- Mattelart, A., y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica
- McQuail, D. (1991). *Introducción de la teoría de la comunicación de masas*. Ediciones Paidós Ibérica.
- Medina, I. (2005). *Del otro lado*. Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- Moscovici, S. (1986). *Psicología Social II. Pensamiento y vida social. Barcelona*. Editorial Paidós Ibérica.
- Orozco Gómez, G. (1997a). Medios, audiencias y mediaciones. *Comunicar*, (8). <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/handle/11162/68171>
- Orozco Gómez, G. (1997b). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Orozco Gómez, G. (2004). *La perspectiva de la educación para la televisión. Comunicación y educación popular Selección de lecturas*. Editorial Caminos.
- Padilla, M. (2003). De sastres académicos. Los estudios culturales como modalidad sin objeto. *Revista Confluencia*, 1(1), s/p. http://siip2019-2021.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/135/Padilla.Confluencia1.pdf
- Rebellato, J. L. (2004). *La encrucijada de la ética. Concepción y Metodología de la Educación Popular*. Editorial Caminos.
- Vasallo de López, M. I. (1994). *Reflexiones Metodológicas sobre la investigación de la recepción. Investigar la comunicación: Propuestas Iberoamericanas*. Editorial de la Universidad de Guadalajara, Centros de Estudios de la Información y la Comunicación, ALAIC.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2007). La investigación cualitativa. En, I. Vasilachis de Gialdino (coord.) *Estrategias de investigación cualitativas* (pp. 23-64). Gedisa
- Vidal Valdés, J. R. (2002). *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*. Editorial Pablo de la Torriente Brau.
- Wolf, M. (s.f.). *La investigación de la comunicación de masas*. Editorial Pablo de la Torriente Brau

Consecuencias del uso desmedido de las redes sociales en la adolescencia

Consequences of the excessive use of social networks in adolescence

Carmen Idalmis Toledo Fernández¹

E-mail: carmentoledofdez@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2961-9371>

Jorge Félix Massani Enríquez²

E-mail: jmassani@ucf.edu.cu

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1942-5546>

¹Policlínico docente "Manuel Piti Fajardo". Cienfuegos, Cuba

²Universidad de Cienfuegos Carlos Rafael Rodríguez. Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Toledo Fernández, C. I., Massani Enríquez, J. F. (2024). Consecuencias del uso desmedido de las Redes Sociales en la adolescencia. *Revista Científica Cultura, Comunicación y Desarrollo*, 9(1), 221-229. <http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/rccd>

RESUMEN

En Cuba durante los últimos años se ha incrementado el número de personas que acceden a las redes sociales, entre ellas los adolescentes. Este grupo etario resulta vulnerable ante el consumo desmedido de las tecnologías móviles y la Web Social, lo que conduce a consecuencias negativas. Las distorsiones en las relaciones sociales, las conductas inadecuadas debido a la existencia de anonimato y falseamiento de identidad, el exhibicionismo, agresividad, engaño, burlas y ciberadicción constituyen las más preocupantes. El presente artículo tiene como objetivo analizar el tema de las adicciones a las redes sociales en los adolescentes. Para la elaboración del mismo se realizó una búsqueda y revisión de la información en bases de datos especializadas tales como SCIELO y DIALNET siguiendo criterios de selección determinados. Se concluye que resulta perjudicial el uso desmedido de las redes sociales, lo cual tiene repercusiones a nivel biológico, psicológico y social. Por ello es importante fomentar el adecuado uso de las mismas y promover una conciencia de riesgos y daños provocados por determinadas conductas inadecuadas en el consumo de las tecnologías.

Palabras clave:

Adicción, Adolescencia, Redes sociales, Conducta social, Identidad digital

ABSTRACT

In Cuba, in recent years, the number of people who access social networks has increased, including adolescents. This age group is vulnerable to the excessive consumption of mobile technologies and the Social Web, which leads to negative consequences. Distortions in social relationships, inappropriate behavior due to the existence of anonymity and false identity, exhibitionism, aggressiveness, deception, teasing and cyber addiction are the most worrying. The objective of this article is to analyze the issue of addictions to social networks in adolescents. To prepare it, a search and review of information was carried out in specialized databases such as SCIELO and DIALNET following specific selection criteria. It is concluded that the excessive use of social networks is harmful, which has repercussions at a biological, psychological and social level. Therefore, it is important to encourage their proper use and promote awareness of the risks and damages caused by certain inappropriate behaviors in the consumption of technologies.

Keywords:

Addiction, Adolescence, Social networks, Social behavior, Digital identity.

INTRODUCCIÓN

La palabra comunicación es definida por la Real Academia Española como acción y efecto de comunicarse. Se trata de un proceso dinámico, en el que necesariamente participan una fuente o emisor que envía un mensaje a través de un canal o medio a un potencial receptor que, a su vez, puede convertirse también en emisor (Bretones, 2017). La posibilidad de respuesta por parte de quien recibe el mensaje y que ésta se traduzca en otro mensaje por parte de quien inició el intercambio, hace que el proceso se extienda casi ilimitadamente.

El siglo XX marca un antes y un después en el ámbito de la comunicación. Se producen cambios cuantitativos y cualitativos como resultado de dos procesos sociales de trascendental importancia: el surgimiento de una sociedad de masas y un proceso de avances tecnológicos que conlleva transformaciones sustanciales en la esfera de las comunicaciones (Bretones, 2017). Si antes las relaciones humanas giraban en torno a la expresión oral y escrita, ahora lo audiovisual, es decir la radio, la televisión, el cine, o la computadora personal, constituyen un eje central de la comunicación humana.

La creación de Internet por parte del Departamento de Defensa de Estados Unidos en 1969 promovió el desarrollo y la masificación de nuevos aparatos tecnológicos, como computadores personales, teléfonos inteligentes y tabletas, generando un intercambio global y expedito, que plantea una modificación de los paradigmas de la comunicación. Este medio ha hecho posible que los usuarios intercambien opiniones, datos y sin encontrar la censura que, en la prensa escrita, la radio o la televisión era común (Castro y Moral, 2017).

Con el uso de la Internet y el surgimiento de la Web 2.0, aparecen las Redes Sociales (RS) virtuales, las cuales se definen como una interconexión entre usuarios a través de una plataforma virtual. Son medios de interacción cuya estructura social representa el dinamismo entre las redes y las personas que las utilizan sin importar las barreras geográficas, idiomáticas y culturales (Correa y Vitaliti, 2018).

Cabero et al. (2020) asumen que es un lugar donde un grupo de personas se relaciona, comparte información, se comunica e interacciona entre sí y crea comunidades. Desde esta perspectiva, se reconoce que las RS siempre han existido; lo que ha traído Internet es la inmediatez para la comunicación.

Los adolescentes constituyen uno de los principales grupos consumidores de tecnologías y medios sociales, el uso de estas herramientas se va produciendo paulatinamente a edades cada vez más tempranas. Sin embargo, el uso abusivo y problemático de las tecnologías, sobre todo en este grupo etario, a quienes se los considera nativos digitales, está llevando a desarrollar una línea de análisis e investigación enfocada en el estudio de la adicción que provocan las RS y las posibles consecuencias que eso conlleva. Autores tales como Rodríguez y Magdalena (2016), y Espinoza et al. (2018), han analizado como los adolescentes utilizan las redes sociales y el impacto que estas tienen en su aprendizaje y rendimiento académico.

En Latinoamérica hay datos que revelan que los jóvenes entre los 15 y 24 años pasan aproximadamente el 48 % de su tiempo conectados a la Internet y representan un 33.1 % de la población que utiliza este medio y las redes sociales con frecuencia en esta región (Arab y Díaz, 2015).

Cuba no ha estado ajena a este impacto tecnológico, pues a pesar de las dificultades económicas existentes se ha extendido socialmente la utilización de las nuevas tecnologías. En varias investigaciones realizadas por los Estudios de Animación del Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográfica (ICAIC), de conjunto con estudiantes de la Facultad de Psicología de la Universidad de La Habana, se han constatado que los escolares habaneros pasan mucho tiempo frente a las pantallas, que incluyen el elevado consumo de videojuegos como una de las principales actividades de recreación, mayoritariamente sin compañía de adultos (Mayo, 2020; Palay, 2021).

Por tanto, si los adolescentes son grandes consumidores de las RS, es posible plantear como objetivo conocer las consecuencias negativas que esto pudiera ocasionarles en el ámbito psicológico y social.

Materiales y Métodos

El estudio que se presenta se sustenta en el método de revisión bibliográfica. Se realizó una búsqueda documental en Google Scholar y se consultaron diferentes Bases de datos entre ellas: SCIELO, DIALNET, SCOPUS, y Web of Science. Para la selección de los artículos se utilizaron los descriptores: adolescentes, redes sociales, uso y adicción, obteniendo 84 resultados. Se seleccionó una muestra de conveniencia de los 29 artículos más relevantes (según filtro del buscador) acotados al período 2017-2023, por el carácter exploratorio del estudio y los vertiginosos cambios que se han producido en el medio digital. Los criterios de inclusión que se tuvieron en cuenta para la selección de los artículos fueron: que los sujetos de estudio fueran adolescentes; artículos en idioma inglés o español; y estudios que revelen las consecuencias del uso excesivo de las RS en adolescentes.

Resultados y Discusión

Adicción a Internet: conceptualizando esta problemática

El uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC's) es muy común en la sociedad de hoy. En la actualidad hay mucho más acceso a estas y si bien pueden servir de ayuda para el estudio y las investigaciones, su uso no está exento de problemas. El empleo de los dispositivos móviles en el desempeño cotidiano, ya sea para facilitar el trabajo, el estudio e incluso el bienestar personal y la recreación, no resulta nocivo en sí; pero sí puede generar consecuencias negativas su uso excesivo.

Es decir, las tecnologías en sí no dañan, pero sí la relación problemática que en ocasiones se establece con estas. En sus inicios las RS, el celular, los videojuegos, marcaron pautas en la población, permitiendo la comunicación entre las personas. Sin embargo, con el paso del tiempo empezaron a hacerse más activas en la vida del hombre, llegando a convertirse en una necesidad, o una adicción difícil de abandonar.

Uno de los primeros intentos por conceptualizar la adicción a Internet partió del psiquiatra Goldberg (1995), quien propuso un conjunto de criterios para el diagnóstico del trastorno de adicción a Internet (IAD) basados en los criterios diagnósticos del abuso de sustancias. También Griffiths (1995) hizo una definición de lo que han llamado adicciones tecnológicas y argumenta que el uso del término se justifica por la serie de comportamientos que, si bien no suponen la ingestión de alguna droga, sí son potencialmente adictivos (apuestas, ejercicios físicos, videojuegos, comer en exceso, entre otros) y se refiere a ellas como adicciones no químicas (de comportamiento) que suponen la interacción entre personas y máquinas.

Posteriormente la doctora Young (1996), creadora del Center for On-Line Addiction de la Universidad de Pittsburg, estableció un grupo de criterios para diagnosticar el síndrome de la Adicción a Internet (info addiction disorder [IAD]) adaptados de los utilizados para el diagnóstico de Juego Patológico. Al mismo tiempo propuso un cuestionario de nueve ítems, considerando adicto a Internet a la persona que puntúa afirmativamente a cinco o más de los ítems y siempre que los síntomas no se expliquen por la existencia de un trastorno mental (manía).

Otros autores como Shapira et al. (2003) destacan como elementos fundamentales en el uso problemático de Internet: preocupación maladaptativa por el uso de Internet, tal como experimentar una urgencia irresistible de usarla, su uso más tiempo del previsto, así como angustia clínicamente significativa o funcionamiento maladaptativo en las áreas social y debido al uso excesivo de Internet.

Adolescencia y medios sociales

La Organización Mundial de la Salud (OMS) define la adolescencia como el periodo de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años (OMS, 2022). Más allá de la maduración física y sexual, durante este periodo se producen varias experiencias que incluyen la transición hacia la independencia social y económica, el desarrollo de la identidad, la adquisición de las aptitudes necesarias para establecer relaciones de adulto y asumir funciones adultas (OMS, 2022).

En efecto, la adolescencia es un fenómeno psicológico, biológico, social, espiritual y cultural. Es el periodo donde el individuo se desarrolla hacia la adquisición de la madurez psicológica, a partir de construir su identidad personal, y esta característica convierte este periodo en uno de los más susceptibles de sufrir conductas adictivas u otros trastornos psicológicos relacionados con el uso de alguna de las aplicaciones de las nuevas tecnologías. Representa la etapa donde el adolescente quiere conocerse a sí mismo, establecerse como individuo único y replantearse su relación con la sociedad. En fin, es determinante en la constitución del sujeto como persona/personalidad (Águila et al., 2018).

Este período se caracteriza además por ser una de las épocas de mayor transformación, que implica cambios de autodefinición y subjetividad. Se comienzan a conducir de un modo más analítico, en sus percepciones y observaciones,

en su retentiva y forma de pensar. Comienza el tránsito del periodo de operaciones concretas a lógico-formales. Hay tendencia a la búsqueda de la novedad y el riesgo con un sistema evitativo menos sensible, lo que influirá en una menor valoración de las probables consecuencias que pueden derivarse de una conducta. Todo queda unido a la poca experiencia de vida que poseen y la necesidad de ser aceptados en el grupo al cual pertenecen (Águila et al., 2018).

Los adolescentes son usuarios habituales de la red porque les da la posibilidad de hacerse visibles ante los demás, localizar personas y estar conectados con los amigos, mandar mensajes públicos y privados, fortalecer la identidad individual y de grupo, crear un mundo de fantasía, una identidad personal ideal y estar en contacto con su grupo de iguales sin estar físicamente juntos. El anonimato y la ausencia de contacto visual en la red facilitan expresarse y hablar de temas que cara a cara les resultarían difíciles abordar. En definitiva, el uso de Internet y las redes sociales posibilitan en el adolescente obtener una respuesta y recompensa inmediata, así como la participación en diferentes actividades, lo que le hace ser un recurso de gran atractivo y con fuerte carga emocional (Águila et al., 2018).

Las adicciones comportamentales presentan características clínicas similares a las adicciones con sustancia, como la pérdida de control sobre la conducta, la excitación excesiva antes de realizar dicha conducta y el alivio en el momento de realizarla. Por ello, mientras que las personas que no presentan adicción se conectan a Internet o usan las RS por la utilidad o el placer que les produce, las personas adictas mantienen estas actividades para aliviar el malestar emocional que les genera la ausencia de las mismas (Sánchez et al., 2018).

En el contexto internacional el consumo inadecuado de las RS es un problema que se incrementa vertiginosamente causando daños a nivel psicológico y social. Cuba no está exenta de esta problemática. Nuestros adolescentes y jóvenes hacen un uso inadecuado de las RS y en su mayoría desconocen las normas de conducirse en las mismas.

En la actualidad los medios de comunicación masiva están en el centro de la vida de las personas. Muchos no conciben su existencia sin ellos y les parece imposible vivir sin ver televisión, escuchar radio, leer periódicos, ir al cine, navegar por la web, conectarse con otros a través de una red social, etc. Los medios cumplen o deben cumplir importantes funciones sociales. Al constituirse en las instituciones reconocidas por los Estados como encargadas de brindar información a las personas y a los grupos sociales, participan activamente en la conformación de la opinión pública, son vehículos para el conocimiento de su entorno y del mundo, y vías para el entretenimiento (Gordo, et al., 2018).

El uso problemático de Internet se relaciona directamente con la falta de apoyo familiar offline y por consiguiente, los adolescentes no aprenden a desarrollar habilidades que les ayuden en la regulación emocional, debido a que el mundo virtual ofrece la evitación experiencial (Gioia, et al., 2021). Según Cuervo y Etxague (2021) el 26,8% de jóvenes españoles ha manifestado en los últimos años adicción

o dependencia. Mientras que, en Chile, el 58 % de estos jóvenes utilizan el Internet estando solos, sin supervisión familiar en el caso de ser menores de edad y que el 36,7 % de estos no tiene un límite respecto al tiempo que están conectados a la red (Cebollero et al., 2021).

El 91 % de los jóvenes de 16 a 24 años usan Internet para acceder a las RS, hecho que, según el informe sobre Las Tendencias Digitales, Redes Sociales y Mobile (Digital Report, 2022) muestra un aumento significativo de los usuarios de Internet y de las RS en los últimos 12 meses. Ahora hay 4,620 millones de usuarios de redes sociales en todo el mundo, lo que representa un crecimiento interanual de más del 10 % (424 millones de nuevos usuarios) desde el año pasado (We Are Social, 2022).

De acuerdo con Echeburúa (2012) existen ciertos factores de riesgo que aumentan la vulnerabilidad de adquirir una adicción por el uso de las nuevas tecnologías y las redes sociales; estas son: "la impulsividad, autoestima baja, intolerancia a estímulos displacenteros, búsqueda exagerada de emociones fuertes, estilo de afrontamiento inadecuado de las dificultades, estado de ánimo disfórico, carencia de afecto..., cohesión familiar débil y relaciones sociales pobres" (p. 140-141).

En el Reino Unido, según Livingston y Smith (2014), se demuestra que el uso del Internet en casa está fuertemente relacionado con la edad, en donde es utilizado por el 33 % de los niños entre los 3 y 4 años de edad, esto escala al 65 % de niños en edades entre los 5 y 7 años, a un 83 % de los niños entre los 8 y 11 años hasta llegar al 92 % de los adolescentes entre los 12 y los 15 años, lo cual se relaciona con el hecho de que el 82 % de los jóvenes en este rango de edad ya cuentan con un dispositivo móvil, de los cuales el 62 % tiene entre 2 o más dispositivos. Estos datos son similares a los encontrados en Estados Unidos, en el que se revela que el 72 % de los adolescentes de esta nación plantean que tienen acceso a un teléfono inteligente (We Are Social, 2022).

En un estudio realizado por Pew Research Center a 1316 adolescentes del 14 de abril al 4 de mayo de 2022, se evidencia que el 55 % de los adolescentes dice que es difícil dejar las RS. Las elegidas por los adolescentes españoles son Instagram, Twitter y Facebook (Golpe-Ferreiro et al., 2017), mientras que en Estados Unidos triunfa YouTube, Instagram y Snapchat (Colás-Bravo et al., 2018; Pastor et al., 2019).

En cuanto a los tiempos de exposición, se plantea que el consumo de RS de tres a cuatro horas diarias es una señal de alarma, que se asocia con problemas relacionados al descanso, ansiedad y nerviosismo (Cruces et al., 2016; Bueno, 2022). El mayor tiempo que indicaría una señal de alerta relevado es de seis horas diarias de conexión (Contreras-Aburto et al., 2017). McNamee, et al. (2019) practicaron un estudio en adolescentes de 10 a 16 años de edad en Reino Unido y señalaron que, la exposición superior a 3 horas diarias a redes sociales, incrementa los efectos negativos sobre sí mismos respecto a su autoestima; por lo tanto, resulta más perjudicial para su bienestar mental. Así también, esto se asoció a un mayor nivel de hiperactividad y déficit de atención. Otra consecuencia del

uso inadecuado de los dispositivos móviles es el *vamping*, en el que los jóvenes "permanecen despiertos hasta altas horas de la noche, mientras utilizan sus computadoras portátiles, móviles o Tablet... Esto genera cansancio, alteraciones del sueño, de alimentación, estrés y mal humor" (Díaz-Bohórquez, 2018, p. 31).

Prete y Redon (2020) en su estudio realizado con adolescentes chilenos analizaron cómo la necesidad de pertenecer y ser aceptado por los pares es un mandato imperativo que lleva a los jóvenes a buscar interacciones donde se sientan aprobados, valorados e incluidos. Esta necesidad de inclusión los lleva a modificar lo que publican en las redes sociales utilizando la autocensura cuando detectan que no están siendo validados. Se esfuerzan por mostrar que están dentro de la homogeneidad grupal y adecuan sus gustos, intereses y actividades a lo esperado socialmente. Esta pérdida de libertad para mostrarse tal como son va moldeando su identidad de acuerdo a los estándares que perciben en estas plataformas.

Otros autores tales como Gómez y Marín (2017), y Tito y Quispe (2019), coinciden que en la adolescencia el grupo de pares pasa a ser muy relevante en la construcción de la identidad y se transforma en un referente para ir modulando ciertos aspectos personales, dependiendo de la retroalimentación que se reciba. El feedback virtual puede ser perjudicial para algunos adolescentes, ya que se pueden expresar desde el anonimato, con un distanciamiento afectivo importante, con un bajo nivel de empatía, con una utilización del pensamiento hablado y con una gran dificultad para evaluar lo que sus mensajes están generando en el otro. Todo ello tiene consecuencias negativas en la construcción de la identidad de los jóvenes, especialmente cuando la difusión de contenidos negativos o descalificadores se propaga muy rápido, alcanzando niveles insospechados (Malo y Martín, 2018).

Otro elemento a considerar es la dificultad que tienen algunos adolescentes para diferenciar el contenido público del privado. No logran acceder a una conciencia que les permita evitar exponerse o verse expuestos a situaciones que, en lo inmediato, les pueden generar altos niveles de estrés y daños importantes en la visión de sí mismos, con serios riesgos para su salud mental (Arab y Díaz, 2015).

El abuso de redes sociales ha mostrado una asociación con depresión, síndrome de déficit atencional con hiperactividad, insomnio, disminución de horas total de sueño, disminución del rendimiento académico, repitencia y abandono escolar. También ha sido asociado con un amplio rango de problemas psicosociales y han revelado falla en la toma de decisiones en los adictos a juegos online (Gómez y Marín, 2017). Asimismo, en un estudio elaborado por Martínez-Ferrer y Moreno Ruíz (2017) en nueve centros de Enseñanza Secundaria Obligatoria en España a 1952 adolescentes con edades comprendidas entre 11 y 16 años, concluyó que el "uso excesivo de redes sociales virtuales se asocia con el aumento de expresiones de conductas violentas de tipo relacional hacia sus iguales" (p. 112); como por ejemplo, cuando alguien siente enfado, deja de hablarle o trata con indiferencia o desprecio a otra persona.

Por ello, y a pesar de los incuestionables beneficios y ventajas que aportan las tecnologías de la información y la comunicación en múltiples ámbitos, en los últimos años están creciendo rápidamente los problemas asociados al uso inadecuado de estas tecnologías entre la población adolescente y joven, ante la incapacidad de muchas personas para controlar su uso. En paralelo al incremento de los casos de uso problemático o aditivo de Internet y las RS, se observa como en estos espacios virtuales se reproducen diversas conductas de riesgo o problemáticas, como el ciberacoso, el sexting, el grooming, el acceso a contenidos inapropiados (violentos, racistas, pornográficos, que incitan al odio, etc.), las relaciones inapropiadas con desconocidos, la falta de privacidad y/o difusión de datos personales o el uso indebido de los mismos (Ikemiyashiro, 2017).

Algunos de estos vacíos son, según American Psychological Association (2017) la falta de consenso en la definición de «uso excesivo» de las RS. No hay un criterio universalmente aceptado sobre cuánto uso de las RS es excesivo o abusivo, lo que dificulta la comparación de los estudios y la identificación precisa de los efectos negativos.

Contexto Cubano

En Cuba, dado lo novedoso del tema y la reciente incorporación del uso masivo de las redes sociales, en la literatura revisada no se encontraron abundantes estudios que recojan las incidencias negativas del uso de las mismas en adolescentes, ni se definen pautas para establecer el consumo inadecuado de estas.

Según datos estadísticos, en el 2014 Cuba no aparecía con registros en las RS; por ejemplo, Facebook no reportaba a sus usuarios cubanos. Según Arevich Marín, ministra de Comunicaciones de la República de Cuba, en el país hoy hay más de 7 500 000 personas con acceso a Internet, de las cuales el 80 % lo hace a través del teléfono celular. Existen más de 7 200 000 líneas de telefonía celular y hay unos 251 000 hogares conectados mediante nauta hogar (Figueredo- Reinaldo et al., 2022).

La Unicef (2021) como parte de la campaña “Mídete contra la violencia en la niñez y la adolescencia”, el Centro a+ Espacios Adolescentes y UNICEF, consideró pertinente investigar las prácticas de consumo de contenidos en los sitios de redes sociales y medios digitales por adolescentes cubanos, así como las principales figuras influenciadoras que siguen para, en base a los resultados, producir contenidos que logren posicionarse de forma efectiva en este público.

Se conformó una muestra de 12 adolescentes de varias provincias del país. Los resultados arrojaron que el 94 % de las personas encuestadas declararon conectarse varias veces al día, todos los días; solo el 4,5% se conecta una vez al día, todos los días, y solo uno se conecta 2-3 veces a la semana. En cuanto a la cantidad de tiempo que pasan conectados a Internet en un día, la respuesta mayoritaria fue de 2 a 5 horas, seguido por “más de 11 horas”. Este resultado demuestra que cada vez más adolescentes y jóvenes pasan la mayor parte del día conectados, una tendencia que continúa en crecimiento en Cuba, coincidiendo con tendencias mundiales.

La edad de acceso a Internet por primera vez predominante entre las personas encuestadas es de 11 a 13 años. En sentido general, los y las adolescentes cada vez se conectan en edades más tempranas a Internet, pasan el día mayormente conectados y poseen horarios invertidos en el día (por lo general, se conectan en las noches y madrugadas, dejando las mañanas para dormir). Los lugares de conexión no necesariamente tienen que ser privados y los dispositivos que más emplean para acceder son los teléfonos móviles.

WhatsApp goza de gran popularidad debido a las facilidades de comunicación que brinda entre adolescentes y con sus familiares y amigos. Por otra parte, Instagram desde hace unos años ha revelado que su uso está mayormente asociado a jóvenes, con creciente incremento del público adolescente. Entre las razones por las que se conectan frecuentemente a Instagram estuvieron: para “estar actualizados” y para “seguir personas famosas y sus publicaciones”.

Resultó interesante el número de respuestas obtenidas en la encuesta en cuanto a WattPad, en su mayoría, adolescentes entre los 13 y 15 años. Esta red social basada principalmente en la lectura, “conecta una comunidad global de 90 millones de lectores y escritores a través del poder de las historias”, como declara la propia red en su portal de inicio. De acuerdo a una investigación realizada en Internet en julio de 2020, el 85% de los lectores de esta red social (hasta esa fecha) tenían entre 13 y 30 años, y de ellos el 50% tenía menos de 18 años. Por tanto, se observa un incremento del uso de esta plataforma en Cuba, aunque aún moderado. En cuanto a otros sitios de redes sociales como Tik Tok, Snapchat y Likee, aunque algunas personas reconocieron usarlas, no se encontraban entre la mayoría. Entre las principales razones puede estar la dificultad para acceder a ellas desde Cuba o la posibilidad que brinda Instagram de tener integradas varias de las ventajas que estas tres redes juntas otorgan (como los reels o los filtros para fotos).

El consumo de temas en las redes sociales por adolescentes es muy variado, aunque está asociado en su mayoría al entretenimiento, como se ha podido entender. Entre todas las cuentas estudiadas como parte del análisis de contenido, convergen los temas relacionados a la “farándula” así como los memes de “producción nacional”, basados en el “día a día del cubano”. Parte de la idiosincrasia nacional está “reírse de los propios problemas” y de esta forma hacer más llevadera la vida, y así lo demuestran las publicaciones que consumen y comparten adolescentes en Cuba.

Otro estudio relevante realizado por Gonzalez Peña et al. (2023) titulado: Mediación por padres y maestros del consumo de videojuegos en escolares habaneros. Este consistió en caracterizar la mediación por padres y maestros del consumo de videojuegos en escolares habaneros y en una segunda etapa proponer recomendaciones, dirigido a padres, para favorecer la mediación del consumo de videojuegos y pantallas realizado por estudiantes de la enseñanza primaria de La Habana. La muestra estuvo compuesta por 7 investigaciones realizadas en La Habana, desde 2017 al 2021. Los estudios abarcaron 10 de los 15 municipios de la capital. En todas las investigaciones revisadas, se destaca

la elevada motivación de los escolares por el videojuego. La diversión y el entretenimiento se repiten como los principales motivos para el consumo, seguidos por el gusto por el producto. El aprendizaje ocupa los últimos lugares y en una de las investigaciones ni siquiera es mencionado.

Entre los videojuegos preferidos algunos cumplen su función de entretener y poseen excelentes gráficos; pero otros también en sus contenidos se caracterizan por la alta violencia, alusión a actividades de delincuencia, al sexismo explícito e implícito, lenguaje vulgar, racismo, entre otros. De estos títulos que están entre los preferidos, varios de ellos son recomendados para mayores de 18 años por sus contenidos no apropiados para las etapas escolar y adolescente.

Al comparar las preferencias de los escolares con los que los adultos creen que son los que más les gustan a los infantes, es evidente que no saben reconocer los videojuegos y muchas veces se limitan a mencionar las plataformas o alguna característica del propio videojuego. Incluso, padres que sí reconocen títulos de videojuegos, mencionan algunos no aptos para la edad. Esto es uno de los elementos que cuestiona la calidad de la mediación del adulto durante el consumo de videojuegos.

En Cuba, las investigaciones relacionadas con el tema se han realizado esencialmente desde el enfoque de la comunicación social y se han enfocado en las redes sociales como herramientas más que como un fenómeno que produce un impacto en las formas de ser, estar y percibir al mundo. Por tal motivo la rama de la psicología como especialidad encargada del estudio de los procesos cognitivos también ha hecho su aporte a los estudios sobre el uso de las RS en nuestro país. En el 2023 se presentó un estudio exploratorio realizado a 3345 jóvenes cubanos durante los meses de mayo y julio del 2022, con el objetivo de caracterizar el proceso de socialización digital en dicha muestra. Los resultados del mismo permitieron comprender el impacto de los contenidos consumidos por los jóvenes en las redes sociales digitales en su forma de pensar, lo que se evidencia en las nociones que se construyen de pasar un tiempo de calidad. Las redes sociales tienen una amplia cantidad de información, que se van reduciendo según los intereses de cada persona, por lo que a decir de los participantes las nociones que se construyan de un tiempo libre de calidad depende de qué tipo de información consume cada cual. De esta forma puede variar desde pasar una tarde en algún lugar tranquilo comiendo, bebiendo y compartiendo con amistades, salir, pasear, hacer ejercicio, compras, lectura, tiempo en pareja, con amistades o familia, hasta publicar las aventuras que se vivan. Existe una relación entre los niveles de influencia de las redes sociales en las formas de pensar; y el contenido consumido con respecto a los intereses, concepciones, motivaciones de los individuos. Sin embargo, no se puede negar que existe una sociedad, con determinadas dinámicas y normas, en donde las redes sociales siguen estas pautas. Por lo que muchas veces el imaginario de pasar un tiempo libre de calidad se ve marcado por tendencias, resultado de estas dinámicas. (Corcho y Torralba, 2023)

Un estudio del Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas de Cuba publicado en la revista Razón y

Palabra por Alarcó Estevez (2022) analizó los usos sociales de WhatsApp que realizan jóvenes cubanos. De igual forma, este grupo de jóvenes identifican un conjunto de beneficios y limitaciones que dan cuenta del significado que tiene para ellos WhatsApp y que se relacionan con las prácticas que realizan. En principio, sus ventajas son disímiles, aunque se asocian fundamentalmente con la facilidad de manejo de la aplicación, la rapidez e inmediatez de la comunicación y el contacto con otros, así como el intercambio de cualquier tipo de información o contenido; estas coinciden con algunas de las identificadas por los(as) jóvenes en varios acercamientos realizados (Barceló, 2019; Caro, 2015; Domínguez et al. 2012). Se precisa, además, su relativo carácter económico, su utilidad para actividades diversas; se constituye como un recurso para el entretenimiento y gestionar cuestiones de la cotidianidad. Otras de las vivencias favorables tienen que ver con el teletrabajo o estudio online, el acceso a cursos online para la superación profesional o como afición y para la compra de productos de primera necesidad (siendo también este un espacio que se abre al mercado informal), particularmente señalan su uso en las condiciones de la pandemia COVID-19.

De igual forma, algunos dedican varias horas al día a la utilización de la aplicación y les posibilita, hacer gestiones y resolver situaciones cotidianas sin salir de la comodidad y bajo consumo de la aplicación; intercambiar sobre temas diversos, especialmente de estudio o trabajo de forma rápida, provechosa y mantenerse informado,

Las desventajas tienen que ver con, la pérdida de la comunicación cara a cara y su desplazamiento al universo online, carácter más superficial de las relaciones, mayores gastos económicos al adquirir los paquetes de Internet para datos móviles, además es una fuente de distracción y crea adicción. Resulta relevante que los(as) jóvenes entrevistados(as) afirmaron que los usos de las TIC y particularmente WhatsApp, generan diferencias en la juventud cubana. En ese sentido, pueden constituir indicadores de desigualdades sociales, el tipo de dispositivo móvil que poseas; el nivel socioeconómico que permita costear el servicio; las características individuales; el propio uso generalizado de WhatsApp entre los(as) jóvenes como principal vía de comunicación que desplaza a las formas más tradicionales y se extiende por todas las esferas de lo cotidiano, que en algunos casos incluso, alerta como posible indicador de exclusión social; la falta de infraestructura tecnológica que no permite una buena cobertura en determinadas zonas y se menciona además, las posibilidades actuales de acceder mediante las oficinas de telecomunicaciones a teléfonos móviles en moneda libremente convertible (MLC) lo que aumenta las diferencias, pues tampoco la mayoría de jóvenes pueden obtener divisas.

También un estudio desarrollado en el Instituto Preuniversitario Martín Dihigo Llano, en la ciudad de Cienfuegos, Cuba, en el período de diciembre de 2020 a octubre de 2021 permitió arribar a conclusiones importantes que favorecen un acercamiento a esta problemática en incremento en Cuba. En primer lugar, se constató un uso frecuente de los videojuegos en la muestra de adolescentes estudiados, encontrándose una edad de inicio

de su uso entre 5 y 10 años, predominó del uso recreativo, fundamentalmente entre semana y prefieren jugar solos y también con otras personas.

En segundo lugar, se encontró que durante la etapa de confinamiento producto de la COVID-19 reportan un incremento en el uso de Internet, RS y también de los videojuegos respecto a etapas anteriores. Finalmente se establecieron correlaciones positivas entre el desarrollo de los factores de protección y la disminución en la dependencia a los videojuegos y entre la presencia de factores de riesgo y el aumento de esta dependencia, con una situación más desfavorable para los varones (Fernández-Castillo et al., 2022).

Por otro lado, Mora–Martin et al. (2020) realizó una caracterización del uso de las RS en los estudiantes de cuarto año de la Carrera de Medicina de la Universidad de Ciencias Médicas de Cienfuegos. Los resultados arrojaron que de los 238 estudiantes que acceden a las RS, el 60,1 % se interesó por sí mismo a crearse una cuenta. El 40,1 % de los estudiantes refirieron haber tenido incidencias en estas. No existen actitudes de consumo en los estudiantes en un 37 %. El 76,5 % respetan las normas de uso de la red social.

CONCLUSIONES

El fenómeno de las redes sociales se ha convertido en un tema importante de exploración a nivel mundial, dado la manera cómo influyen en la conducta del adolescente. La adicción a las redes sociales es entonces el uso inapropiado y excesivo de estas, propiciando repercusiones negativas a nivel biológico, psicológico y social.

La etapa más vulnerable a esta adicción es la adolescencia debido al tiempo libre que naturalmente se tiene en esta fase y a la necesidad de conexión e identificación. Al respecto, la preocupación más grande es la pérdida de las habilidades en el intercambio personal y la creación de relaciones sociales ficticias. De la revisión bibliográfica se desprende que el control parental y el interés de los padres sobre la actividad de los adolescentes pueden funcionar como una estrategia preventiva que permita regular la utilización de las TIC's.

Por ende, es importante ayudar a reflexionar sobre cómo emplean el tiempo y la necesidad de combinarlo con otras actividades, sin que Internet y la conexión a las RS sean utilizadas en exceso. Al tiempo que resulta fundamental fomentar el buen uso de las redes sociales, promover una conciencia social de riesgos y daños provocados por determinadas conductas inadecuadas en consumo de las tecnologías.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abreu-Martin, R. (2020, 11 de febrero). *Adolescentes cubanos en Internet: el eslabón más débil*. Juventud Rebelde. <https://juventudrebelde.cu/opinion/2020-02-11/adolescentes-cubanos-en-internet-el-eslabon-mas-debil>

Águila Calero, G., Díaz Quiñones, J.A., y Díaz Martínez, P.M. (2018). Adolescencia y tecnologías de la información y comunicaciones. Un reto para la sociedad cubana actual. *Revista Medisur*, 16(5) 14-19.

Arab, E., y Díaz, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Revista de Medicina Clínica Condes*, 26(1), 7- 13. <https://doi.org/10.1016/j.rmclc.2014.12.001>

Bretones, M. T. (2017). *Los medios de comunicación de masas: desarrollo y tipos*. Universidad de Barcelona. <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/5924/1/Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20de%20masas.%20Desarrollo%20y%20Tipos.%20%20Bretones.pdf>

Bueno, D. (2022). *El Cerebro del Adolescente: Descubre Cómo Funciona Para Entenderlos y Acompañarlos*. Editorial Grijalbo.

Cabero-Almenara, J., Pérez-Diez, de los Ríos, J.L., y Valencia-Ortiz, R. (2020). Escala para medir la adicción de estudiantes a las redes sociales. *Revista Convergencia*, 27(29), 56-68 <https://doi.org/10.29101/crcs.v27i83.11834>

Castro, A., y Moral, M.V. (2017). Uso problemático de redes sociales 2.0 en nativos digitales: análisis bibliográfico. *Salud y Drogas*, 17(1), 73-85. <https://doi:10.21134/haaj.v17i1.284>

Cebollero Salinas, A., Cano Escoriza, J., y Orejudo Hernández, S. (2021). Abuso de Internet y adolescentes: gratificaciones, supervisión familiar y uso responsable. *Digital Education Review*, 39, 42-59. <https://doi.org/10.1344/der.2021.39.42-59>

Colás-Bravo, M., de Pablos-Pons, J., y Ballesta-Pagán, J. (2018). Incidencia de las TIC en la enseñanza en el sistema educativo español: una revisión de la investigación. *Educación a Distancia*, 18(56), 1-23. <http://dx.doi.org/10.6018/red/56/2>

Contreras-Aburto, J., Beverido-Sustaeta, P., de San Jorge-Cárdenas, X., Salas-García, B. y Ortiz-León, M., C. (2017). Uso de Internet e impulsividad en estudiantes mexicanos de secundaria y bachillerato. *Revista Internacional de Investigación en Adicciones*, 3(2), 3-11. <https://riiad.org/index.php/riiad/article/download/riiad.2017.2.02/173?inline=1>

Corcho, E. y Torralbas J.E. (2023). Producciones subjetivas sobre tiempo libre vinculadas a la socialización digital en redes sociales en jóvenes cubanos. *Revista Cubana de Psicología*, 5(7), 119-136. <http://www.psicocuba.uh.cu>

- Correa, M.S., y Vitaliti, J.M. (2018). Estudio sobre las redes sociales personales y las redes sociales virtuales en la cibercultura adolescente actual. *Summa psicológica*, 15(2) 134-144. <https://www.academica.org/jose.maria.vitaliti/32>
- Cruces Montes, S., J., Guil Bozal, R., Sánchez Torres, N., y Pereira Núñez, J. A. (2016). Consumo de nuevas tecnologías y factores de personalidad en estudiantes universitarios. Commons. *Revista de Comunicación y Ciudadanía Digital*, 5(2). <https://revistas.uca.es/index.php/cayp/article/view/3241>
- Cuervo, S., y Etxague, I. (2021). *Percepción de riesgo de las redes sociales en alumnado universitario*. Estudio de caso (ponencia). Symposium UNESCO DCMÉT. <https://symposium.unesco-dcmet.com/wp-content/uploads/2021/05/Simposio-UQO-Texto-Sandra-Cuervo-e-ltxaro-Etxague.pdf>
- Díaz-Bohórquez, J. (2018). *Los desafíos de la familia en la era digital*. Universidad de La Sabana. <https://elibro.net/es/lc/uazuay/titulos/116739>
- Echeburúa, E. (2012). Factores de riesgo y factores de protección en la adicción a las nuevas tecnologías y redes sociales en jóvenes y adolescentes. *Revista Española de Drogodependencias*, 37(4), 435-447. https://www.aesed.com/upload/files/vol-37/n-4/v37n4_5.pdf
- Espinoza, E., Cruz, L., y Espinoza, E. (2018). Las redes sociales y rendimiento académico. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 1(3), 38-44. <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA>
- Fernández-Castillo, E., Concepción Martínez, A., y Herrera Jiménez, L.F (2022). Uso de los videojuegos y su relación con factores protectores de la salud mental en adolescentes cubanos. *Revista Información Psicológica*, (123), 55-65. <http://dx.medra.org/10.14635/IPsic.1927>
- Figueredo-Reinaldo, O., Fariñas-Acosta, L., Jorge-Blanco, A., Fonseca-Sosa, C. y Alvarez-Guerrero, A. (2022). *Mayra Arevich: Las telecomunicaciones y la informatización, una necesidad para elevar la calidad de vida*. *Cubadebate*. <http://www.cubadebate.cu/noticias/2022/12/13/mayra-arevich-las-telecomunicaciones-y-la-informatizacion-una-necesidad-para-elevar-la-calidad-de-vida/amp/>
- Gioia, F., Rega, V., y Boursier, V. (2021). Problematic internet use and emotional dysregulation among young people: A literature review. *Clinical Neuropsychiatry*, 18(1), 41-54. <http://doi.org/10.36131/cnforitieditore20210104>
- Golpe-Ferreiro, S., Gómez-Salgado, P., Harris, S.K., Brana, T., y Rial, A. (2017). Diferencias de sexo en el uso de internet en adolescentes españoles. *Behavioral Psychology*, 25(1), 129-146. <https://www.researchgate.net/publication/317024119>
- Gómez Ferreira, K. K., y Marín Quintero, J. S. (2017). *Impacto que generan las redes sociales en la conducta del adolescente y en sus relaciones interpersonales en Iberoamérica los últimos 10 años* [tesis de grado, Universidad Bucaramanga]. <https://hdl.handle.net/20.500.124947747>
- Gonzalez Peña, N., Barrios Mojena, M. y Rodriguez Pelaez, JP (2023). Mediación por padres y maestros del consumo de videojuegos en escolares habaneros. Sistematización de investigaciones y experiencias digitales. *Revista Flacso* 11(2), 231- 249 <https://revistas.uh.cu/revflacso>
- Goldberg, I. (1995). *Internet addiction disorder. Dignostic criteria*. *Internet Addiction Group (IASG)* <http://www.iucf.indiana.edu/brown/hyplan/addict.html>
- Gordo, López, A., García, Arnau, A., de Rivera, J., y Diaz-Catalan, C. (2018). *Jóvenes en la encrucijada digital. Itinerarios de socialización y desigualdades en los entornos digitales*. Morata.
- Griffiths, M. (1995). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*, 76.
- Ikemiyashiro Higa, J. (2017). *Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana* [tesis de grado, Universidad San Ignacio de Loyola]. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2766>
- Livingstone, S., y Smith, P. K. (2014). Annual research review: Harms experienced by child users of online and mobile technologies: The nature, prevalence and management of sexual and aggressive risks in the digital age. *Journal of child psychology and psychiatry*, 55(6), 635-654.
- Malo Cerrato, S., y Martin Perpiña, M. (2018) Uso excesivo de redes sociales: perfil psicosocial de adolescentes españoles. *Comunicar*, (56), 101-110. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>
- Martínez-Ferrer, B., y Ruiz Moreno, D. (2017). Dependencia de las redes sociales virtuales y violencia escolar en adolescentes. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(2), 105-114. <https://revista.infad.eu/index.php/IJODAEP/article/view/923/802>
- Mayo, C. F. (2020). *Mediación y consumo cultural de videojuegos en estudiantes de la escuela "Felipe Poey Aloy"* [tesis de grado, Universidad de La Habana].
- McNamee, P., Mendolia, S., y Yerokhin, O. (2019). *Social media extensive use and emotional and behavioural outcomes in adolescence: Evidence from British longitudinal data*. IZA Discussion Paper (12834), 1-46.

- Mora-Martin, F., Aguiar-Ivargollin, K., Rodriguez-Molina, F. y Díaz- Díaz, J. (2020). Caracterización del uso de las redes sociales por estudiantes de Medicina. *Medisur*, 18(5). <http://medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/4676>.
- Palay, I. (2021). *Mediación, videojuegos y escolares habaneros: una mirada desde la perspectiva de los padres* [tesis de grado, Universidad de la Habana].
- Pastor Ruiz, Y., Martin Nieto, R., y Montes Vozmediano, M. (2019). Patrones de uso, control parental y acceso a la información de los adolescentes en la red. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 25(2), 995-1012. <https://doi.org/10.5209/esmp.64821>.
- Prete, A., y Redon, S. (2020). Las redes sociales on-line: Espacios de socialización y definición de identidad. *Psicoperspectivas*, 19(1), 86-96 <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol19-issue1-fulltext-1834>
- Rodríguez, L., y Magdalena, J. (2016). Perspectiva de los jóvenes sobre seguridad y privacidad en las redes sociales. *Revista ICONO14*, 14(1), 24-49. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.885>
- Sánchez Pardo, L., Benito Corchete, R., Serrano Badia, A., Aleixandre Benavent, R., y Bueno Cañigral, F. (2018). *Programa de prevención del uso problemático del internet y las redes sociales Clickeando*. Unidad de Prevención Comunitaria en Conductas Adictivas (UPC-CA-València)
- Shapira (2003). Problematic Internet use: Proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and Anxiety. The Official Journal of ADAA*, (17), 207-216.
- Tito, Y., y Quispe, J. (2019). *La red social Facebook y su relación con la construcción de la identidad en las estudiantes del quinto grado de secundaria de la institución educativa Micaela Bastidas de Arequipa* [tesis de grado]. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/9959>
- Unicef (2021). *Adolescentes en Internet. Consumo de contenidos en redes sociales y medios digitales por adolescentes cubanos*. www.unicef.org/cuba/informes/adolescentes-cubanos-en-internet-consumo-de-contenidos-en-redes-sociales-y-medios-digitales-por-adolescentes-cubanos/amp/
- We Are Social. (2022, enero). *Digital report 2022: El informe sobre las tendencias digitales, redes sociales y mobile*. <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>
- Young, KS (1996, August). *Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder* (ponencia). 104th annual meeting of the American Psychological Association, Toronto, Canada.

NORMAS PARA AUTORES

Los autores interesados en publicar en la Revista Cultura, Comunicación y Desarrollo podrán enviar sus contribuciones a partir de la siguiente dirección electrónica: rccd@ucf.edu.cu

En nuestra revista solo se aceptarán trabajos no publicados y que no estén comprometidos con otras publicaciones seriadas. Los idiomas de publicación serán español e inglés. Los tipos de contribuciones que se aceptarán son: artículos científicos resultados de investigaciones sociales; ensayos especializados con enfoque reflexivo y crítico; reseñas; y revisiones bibliográficas.

Podrán escribirse en Microsoft Office Word u Open Office Writer, empleando letra Verdana, 10 puntos, interlineado sencillo. La hoja tendrá las dimensiones 21,59 cm x 27,94 cm (formato carta). Los márgenes superior e inferior serán a 2,5 cm y se dejará 2 cm para el derecho e izquierdo.

Estructura de los manuscritos

Cada propuesta de publicación debe tener la siguiente estructura:

- Extensión entre 10 y 14 páginas.
- Título en español e inglés (15 palabras como máximo).
- Nombre (completo) y apellidos de cada uno de los autores, antecedido por el título académico o científico (se recomienda no incluir más de tres autores por artículo).
- Adscripción laboral, país y correo electrónico.
- Resumen en español y en inglés (no excederá las 200 palabras) y palabras clave (de tres a diez en español e inglés).
- Introducción, en la que se excluya el diseño metodológico de la investigación; Materiales y métodos; Resultados y discusión, para artículos de investigación, el resto de las contribuciones tendrá en vez de estos dos apartados un Desarrollo; Conclusiones, nunca enumeradas; y Referencias bibliográficas. En caso de tener Anexos se incluirán al final del documento.

Otros aspectos formales

- Las páginas se enumerarán en la esquina inferior derecha.
- Las tablas serán enumeradas según su orden de aparición y su título se colocará en la parte superior.
- Las figuras no excederán los 100 Kb, ni tendrán un ancho superior a los 10 cm. Serán entregadas en carpeta aparte en formato de imagen: .jpg o .png). En el texto deberán ser enumeradas, según su orden y su nombre se colocará en la parte inferior.
- Las abreviaturas acompañarán al texto que la definen la primera vez, entre paréntesis y no se conjugarán en plural.
- Las notas se localizarán al pie de página y estarán enumeradas con números arábigos. Tendrán una extensión de hasta 60 palabras.
- Los anexos respaldarán ideas planteadas en el trabajo y serán mencionados en el texto de la manera: ver anexo 1 ó (anexo 1).

Referencias bibliográficas

Las Referencias bibliográficas se ajustarán al estilo de la Asociación Americana de Psicología (APA), 6ta edición de 2009. Se deben utilizar como mínimo 10 fuentes y que sean de los últimos cinco años, con excepción de los clásicos de esa área del conocimiento. En el caso de fuentes que sean artículos científicos se emplearán, preferentemente, aquellas que provengan de revistas científicas indexadas. En el texto las citas se mencionarán de la forma: Apellido (año, p. Número de página), si el texto incluye el (los) apellido (s) del (de los) autor (es). Si no se incluyen estos datos se utilizará la variante: (Apellido, año, p. Número de página). Se mencionarán al final del artículo solo las citadas en el texto, ordenadas alfabéticamente con sangría francesa.

Nota:

El Consejo Editorial se reserva el derecho de realizar la corrección de estilo y los cambios que considere pertinentes para mejorar la calidad del artículo.



CULTURA, COMUNICACIÓN & DESARROLLO

Revista científica de Ciencias Sociales de la Universidad de Cienfuegos

Síguenos en:

<http://universosur.ucf.edu.cu/>

<http://rccd.ucf.edu.cu/index.php/aes>



Editorial: "Universo Sur".
Universidad de Cienfuegos.
Carretera a Rodas, Km 3 ½.
Cuatro Caminos. Cienfuegos. Cuba.
CP: 59430