

REVISTA **Contact**

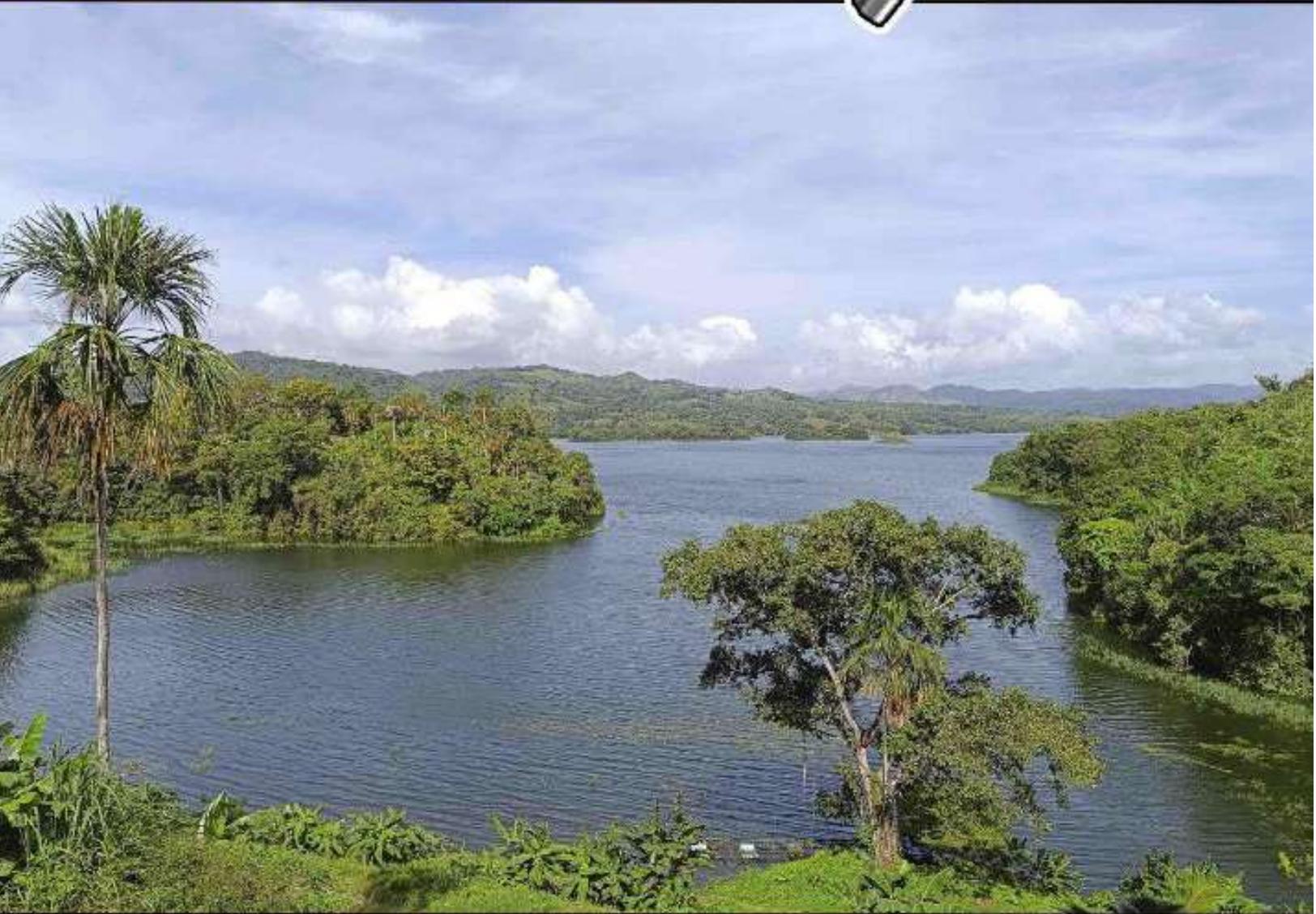
ISSN L 2710-7620

Ciencias Sociales, Humanidades, Derecho y Ciencias Políticas



Panamá, enero - abril 2024

Vol. 3, No. 3



Universidad de Panamá
Vicerrectoría de Investigación y Postgrado

Incluida en los índices



Revista Contacto

ISSN L 2710-7620

Universidad de Panamá. Vicerrectoría
de Investigación y Postgrado.

Vol. 3, No.3
enero-abril 2024

revista.contacto@up.ac.pa



Fotografía de la Portada: Lago Bayano, Sevilla, Panamá, tomada por Aaron Bracho.

Recibe las notificaciones de nuevos números, actividades e infografías, en nuestro canal de Telegram. Clickea en el enlace de abajo.



<https://t.me/revistacontactopanama>

República de Panamá, Ciudad de Panamá, Ciudad Universitaria Octavio Méndez Pereira

Síguenos en redes sociales



@contacto_507



**AUTORIDADES DE LA
UNIVERSIDAD DE PANAMÁ**

Eduardo Flores Castro

Rector

José Emilio Moreno

Vicerrector Académico

Jaime Javier Gutiérrez

Vicerrector de Investigación y Postgrado

Mayanín Rodríguez

Vicerrectora de Asuntos Estudiantiles

Ricardo Him Chi

Vicerrector de Extensión

Arnold Muñoz

Vicerrector Administrativo

José Luis Solís

Director de Centros Regionales

Ricardo A. Parker D.

Secretaría General

CONSEJO EDITORIAL

Editor

Magister Aaron Samuel Bracho Mosquera

Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá

aaron.bracho@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-6311-4414>

Coeditores / Co-editors

Doctor Carlos Mayo Torné

Fundación El Caño, Panamá

carlosmayo@fundacionelcano.org

<https://orcid.org/0000-0002-0243-8298>

PhD Fernando Vásquez Barba

Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades, Panamá

fernando.vasquez@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0001-8829-8937>

Magister Rita Liss Ramos Pérez

Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá

rita.ramos@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0003-0635-876X>

Doctorando Abner Al Berda

Universidad de Cádiz, España

abner.alberda@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0003-2500-0499>

Maestrando Carlos Mico

Universidad de Valencia, España

carmirec@mot.upv.es

<https://orcid.org/0000-0001-5787-6212>

Magister Ida Graciela Gálvez

Universidad de Panamá, Instituto de Estudios Nacionales, Panamá

ida.galvez@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-0335-7107>

Doctorando René Isaac Bracho Rivera

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Facultad de Economía, Panamá

rene.bracho@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-3247-2075>

Doctoranda Eva Lisary González Pinilla

Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades, Departamento de Historia

evalisary@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1437-106X>

Doctoranda María Andrea Rojas

Universidad del Valle de Guatemala, Guatemala

andrearojas3088@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-9381-0189>

Magister Carlos Jair Agraje Hernández

Universidad de Panamá, Facultad de Derecho, Panamá

carlos_agraje01@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3860-7118>

Doctoranda Catherine Muñoz Arango

Universidad de Panamá – Facultad de Humanidades - Departamento de Historia, Panamá

catherine.munoz@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0001-5293-6589>

Doctorando Rafael Romero Carazas

Universidad Peruana Unión, Perú

rafael.romero@upeu.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-8909-7782>

Magister Aaron Azael Pérez Smith

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de Panamá Oeste, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

aaron.perez@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0003-4600-5555>

Mercadeo y divulgación / Marketing and dissemination

Licenciado Ismael Javier González
Universidad de Panamá, Facultad de Derecho, Panamá
ismael-j.gonzalezf@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0003-2795-2899>

Estudiante Edgar Iván Cedeño Bethancourt
Universidad de Panamá, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Panamá
edgar.cedeno-b@up.ac.pa
<https://orcid.org/0000-0001-6780-5442>

Licenciado Juan Gabriel Castillo Fassano
Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades Departamento de Historia, Panamá
juangabrielc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0365-7388>

CONSEJO CIENTÍFICO NACIONAL / NATIONAL SCIENTIFIC COUNCIL

Dr. Guillermo Castro – Ciudad del Saber, Panamá

Dr. Jorge Roquebert – Universidad de Panamá, Panamá

Dr. Paul Antonio Córdoba – Universidad de Panamá, Panamá

Magister Gustavo José Leal Cuervo – Universidad de Panamá, Panamá

Doctorando Richard Morales – Universidad de Panamá, Panamá

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL / INTERNATIONAL SCIENTIFIC COUNCIL

Dr. Carlos N. Bousa Herrera – Universidad de La Habana (UH), Cuba

Dra. Juana Elvira Suárez Conejero – Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México

Dra. Nidia Sosa Delgado – Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), México

Dr. Luis Bonilla – Universidad Central de Venezuela (UCV), Venezuela

Doctoranda Ángela Fernández Cañas-Baliña - Universidad de Cádiz, Facultad de Filosofía y Letras, España

Doctoranda Masha Kozhevnikova - Universidad de Cádiz, Facultad de Filosofía y Letras, España

Editorial

En la portada de esta edición se presenta una fotografía del Lago Bayano, este es una importante fuente de agua dulce para las comunidades cercanas y para el suministro de agua potable en la región.

Queremos en esta ocasión agradecer la confianza de los autores para con Revista Contacto en este número tan importante como los anteriores porque supone un proceso de avance constante y permanente crecimiento que no fuera posible sin sus proyectos e investigaciones de alto valor profesional, investigativo y académico tanto en Panamá como a nivel internacional.

En esta ocasión presentamos un total de 8 artículos que esperamos sean de interés para la comunidad científica, así como del público en general.

El primer artículo de esta edición: *Resiliencia en Estudiantes Universitarios del Centro Regional Universitario de San Miguelito* de los autores Nancy Córdoba, Nilena Álvarez y Eloy Melvin Santos Figueroa explora la influencia emocional que tiene la resiliencia en los estudiantes de diferentes facultades en el Centro Regional Universitario de San Miguelito. Dicha investigación se enmarca en el diseño no experimental, de campo y nivel descriptivo.

El artículo *Masculinidades bajo la lupa: Conceptos, tramas y tensiones* de Carlos Andrés Arango-Lopera, Harvey Murcia Quiñones y Luis Santofimio se sumerge en el contexto del problema de la masculinidad, un tema crucial en las ciencias sociales que ha cobrado relevancia en los últimos años debido a las transformaciones en las dinámicas de género y las relaciones sociales.

En cuanto a *Generación digital en Panamá: Activismo, identidad y sentido de pertenencia* de Paul Antonio Córdoba Mendoza y Yuri Stephanie Pittí Montenegro, los autores examinan la generación digital en Panamá, a partir de algunos aspectos de carácter sociodemográfico, como su acceso y uso de la tecnología, su identidad y sentido de pertenencia. En principio, se adoptó un diseño cuantitativo que incluyó la aplicación de un cuestionario compuesto por 130 preguntas, aplicado a una muestra de 384 individuos entre 18 y 30 años, distribuidos de manera representativa en términos de género y origen étnico a nivel nacional.

Seguimiento de graduados: niveles de satisfacción respecto a las competencias adquiridas y el entorno universitario de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo de la autoría de Luis Andrade-Alcívar, Alexandra Torres-Navarrete, Cecilia Dahik y Francisco Bustamante-Piguave da seguimiento a graduados y como se constituye ese

vínculo entre las universidades y la sociedad. Para ello se encuestó 73 graduados de las carreras de Comunicación Social, Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo – Extensión Quevedo, los cuales respondieron un cuestionario estructurado.

Yitzel Alexandra Samudio aborda *Estrategias de comunicación para las industrias creativas y culturales*, destacando como estas se han convertido en uno de los sectores pujantes que aportan al desarrollo de los países, activando una economía no tradicional basada en la creatividad, generando fuentes de empleo, competitividad y sustentabilidad.

La ética empresarial como fuente del Derecho comercial panameño de los autores Miguel Edmundo Delgado Pineda y Luis Antonio Montero Peñalba aborda acerca de los principales aspectos de la ética empresarial y como la misma puede ser considerada como una fuente del Derecho comercial en el ordenamiento jurídico panameño. En un primer momento se realizó una delimitación conceptual sobre los conceptos: ética, ética profesional y ética empresarial. De igual manera se delimitó el alcance del Derecho comercial y se realizó una conceptualización acerca de las fuentes del Derecho en general y las fuentes del Derecho comercial en particular.

Los autores Damian Espino Castillo y Eva Lisary González Pinilla con el artículo *Cultura organizacional en el desarrollo del turismo sostenible* buscan establecer la importancia de la cultura organizacional para el desarrollo del turismo sostenible, así como relacionar este concepto con los pilares que lo sostienen; descubriendo algunos de los retos y dificultades que en el sector turístico se tienen, para implementarla con eficacia.

El artículo de Virginia Elizabeth García Sánchez titulado *Género e igualdad: un análisis crítico de la política social neoliberal en México y su impacto en la pobreza de las mujeres*, ofrece una mirada crítica hacia la política social durante el periodo neoliberal en México, especialmente en lo que concierne a la igualdad de género. Se destaca cómo la participación de las mujeres en los programas de transferencias monetarias condicionadas reproduce y refuerza las desigualdades de género. Se argumenta que la política social refleja las relaciones de poder entre el Estado y la sociedad, evidenciando cómo programas como Oportunidades asignan a las mujeres roles tradicionales de cuidado y las posicionan como receptoras de apoyos monetarios. Se critica la falta de reconocimiento y redistribución del trabajo de cuidado, así como la limitación en las oportunidades de organización y cooperación para las mujeres. El análisis propone una intervención social que reconozca y redistribuya el trabajo de cuidado, y que incorpore la perspectiva de género en el diseño de políticas públicas, abogando por un enfoque más integral y equitativo.

El acceso abierto en Panamá enfrenta diversos desafíos que requieren acciones concretas para garantizar su viabilidad y expansión. Uno de los principales desafíos es la falta de conciencia y cultura sobre la importancia del acceso abierto en la comunidad académica

y científica del país. Muchas instituciones aún no han adoptado políticas claras que promuevan la difusión abierta de la investigación.

Además, la financiación para apoyar iniciativas de acceso abierto es limitada y poco estable en muchas instituciones. Es necesario establecer fondos específicos destinados al apoyo de proyectos de acceso abierto y promover alianzas con organizaciones internacionales y agencias de financiamiento para garantizar recursos sostenibles.

Para abordar estos desafíos, se requiere una estrategia integral que involucre a todas las partes interesadas, incluyendo instituciones académicas, agencias gubernamentales, organizaciones de investigación y la sociedad civil. Es fundamental sensibilizar y educar a la comunidad académica sobre los beneficios del acceso abierto, promover la adopción de políticas institucionales que fomenten la publicación abierta y garantizar la disponibilidad de recursos técnicos y financieros adecuados. La colaboración entre diferentes actores y el compromiso con los principios de acceso abierto son clave para superar los desafíos y avanzar hacia un sistema de comunicación científica más inclusivo y transparente en Panamá.

Les invitamos como siempre a seguir trabajando en el campo de la investigación y generación de conocimiento a través de sus publicaciones y continuar depositando su confianza en Revista Contacto.

Aaron Samuel Bracho Mosquera y Rita Liss Ramos Pérez
Ciudad de Panamá, enero 2024

Índice

Editorial

Aaron Samuel Bracho Mosquera y Rita Liss Ramos Pérez

7-9

ARTÍCULOS

Resiliencia en Estudiantes Universitarios del Centro Regional Universitario de San Miguelito

Resilience in University Students At The University Center Of San Miguelito

Nancy Córdoba, Nilena Álvarez y Eloy Melvin Santos Figueroa

11-26

Masculinidades bajo la lupa: Conceptos, tramas y tensiones

Masculinities under scrutiny: Concepts, plots, and tensions

Carlos Andrés Arango-Lopera, Harvey Murcia Quiñones y Luis Santofimio

27-50

Generación digital en Panamá: Activismo, identidad y sentido de pertenencia

Digital Generation in Panama: Activism, identity, and sense of pertinence

Paul Antonio Córdoba Mendoza y Yuri Stephanie Pittí Montenegro

51-76

Seguimiento a graduados: niveles de satisfacción sobre competencias adquiridas y el entorno universitario de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo

Follow-up of graduates: levels of satisfaction regarding acquired skills and the university environment of the Technical University of Babahoyo Extension Quevedo

Luis Andrade-Alcívar, Alexandra Torres-Navarrete, Cecilia Dahik y Francisco Bustamante-Piguave

77-94

Estrategias de comunicación para las industrias creativas y culturales

Communication strategies for creative and cultural industries

Yitsel Alexandra Samudio

95-105

La ética empresarial como fuente del Derecho comercial panameño

Business ethics as a source of Panamanian commercial law

Miguel Edmundo Delgado Pineda y Luis Antonio Montero Peñalba

106-118

Cultura organizacional en el desarrollo del turismo sostenible

Organizational culture in the development of sustainable tourism

Damián Espino Castillo y Eva Lisary González Pinilla

119-137

Género e igualdad: un análisis crítico de la política social neoliberal en México y su impacto en la pobreza de las mujeres

Gender and equality: a critical analysis of neoliberal social policy in Mexico and its impact on women's poverty

Virginia Elizabeth García Sánchez

138-154



Resiliencia en Estudiantes Universitarios del Centro Regional Universitario de San Miguelito

Resilience in University Students At The University Center Of San Miguelito

Nancy Córdoba

Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de San Miguelito. Facultad de Psicología. Panamá
nancy.cordoba@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-1989-0907>

Nilena Álvarez

Universidad de Panamá. Centro Regional Universitario de San Miguelito. Facultad de Psicología. Panamá
nilenaalvarez01@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0003-4853-9139>

Eloy Melvin Santos Figueroa

Universidad de Panamá. Facultad de Psicología. Panamá
eloy.santos@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-2791-5895>

Recibido: 19/07/2023

Aceptado: 26/08/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4813>

RESUMEN

El presente artículo tiene como objetivo determinar la influencia emocional que tiene la resiliencia en los estudiantes de diferentes facultades en el Centro Regional Universitario de San Miguelito. La investigación se enmarca en el diseño no experimental, de campo y nivel descriptivo. La población de estudio es de ciento treinta y nueve (139) estudiantes que asisten a diferentes facultades del Centro Regional Universitario de San Miguelito, la muestra fue de tipo censal, pues correspondió a la cantidad de ciento treinta y nueve (139) estudiantes que representa el 100% de la población. Para la recolección de información se utilizó un Test de Resiliencia determinada mediante la técnica de la encuesta con el apoyo instrumental del cuestionario, el cual se estructuró en dos (2) apartados: a. Competencia personal, y; b. aceptación de uno mismo y de la vida. Al respecto, el estudio concluye que existe una relación positiva entre las competencias personales y la aceptación de sí mismo y de la vida en los estudiantes para afrontar los desafíos de la vida universitaria. Indicadores como buena autoestima, autocontrol y seguridad en sí mismo muestran como el buen manejo de sus emociones influyen en la resiliencia de los universitarios encuestados.

Palabras Clave: Influencia, emocional, resiliencia, individuo, educación superior

ABSTRACT

The objective of this article is to determine the emotional influence that resilience has on students from different faculties at the San Miguelito Regional University Center. The research is framed in a non-experimental, field and descriptive level design. The study population is one hundred thirty-nine (139) students who attend different faculties of the Regional University Center of San Miguelito, the sample was census type, as it corresponded to the number of one hundred thirty-nine (139) students that represents 100% of the population. To collect information, a Resilience Test was used, determined through the survey technique with the instrumental support of the questionnaire, which was structured in two (2) sections: a. Personal competence, and b. acceptance of self and life. In this regard, the study concludes that there is a positive relationship between personal competencies and acceptance of self and life in students to face the challenges of university life. Indicators such as good self-esteem, self-control and self-confidence show how good management of their emotions influences the resilience of the university students surveyed.

Keywords: Influence, emotional, resilience, individual, higher education

Introducción

La resiliencia es un conjunto de atributos y habilidades para afrontar adecuadamente situaciones adversas, como factores estresantes y situaciones riesgosas. (Kotliarenco et al.,1997) El término resiliencia es un constructo teórico relativamente nuevo en el campo de la Psicología. Este vocablo alude a factores que propician (positivamente) que un individuo se sobreponga de manera saludable a cualquier problema u obstáculo. Para el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2016), la resiliencia es la capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación adversos. Sin embargo, etimológicamente, procede del latín saliere, el cual quiere decir "saltar hacia atrás, rebotar o surgir", y el prefijo "re" le añade al concepto de repetición o reanudación.

La conceptualización de dicho término, para la mayoría de los estudios, se concuerdan en considerar a la resiliencia como una capacidad humana de tener éxito o sobrellevarse de un modo favorable frente a situaciones adversas o estresantes que pueden ocasionar consecuencias negativas (González y Artuch, 2019).

Por su parte, Álvarez, (2014), define la resiliencia como la capacidad del ser humano para hacer frente a las adversidades de la vida e, inclusive, ser transformado por ellas (p.3). De igual manera se ha discutido sobre los diversos factores o fenómenos que generan en los individuos una mayor o menor resiliencia, identificando aspectos internos, como la inteligencia emocional y las habilidades de socialización, y factores externos como la familia, el contexto social y las relaciones de amistad.

En el contexto actual de la educación superior, los estudiantes se enfrentan a diversos desafíos que van más allá de lo académico, y uno de los aspectos cruciales que influyen en su capacidad para superar dichos desafíos es su resiliencia emocional; por lo tanto, como ya ha sido explicado con anterioridad la

resiliencia está dada en la capacidad de estos en enfrentar y adaptarse positivamente a situaciones adversas, y en el entorno de una institución de educación superior, las emociones desempeñan un papel esencial en la construcción y fortalecimiento de esta habilidad.

De allí, pues, el entorno académico superior está caracterizado por una carga de trabajo exigente y altas expectativas, lo que puede generar niveles significativos de estrés en los estudiantes, (Alvarez Romo y Cerrón Ramos, 2020). Este estrés, si no es manejado adecuadamente, puede influir negativamente en la capacidad de un individuo para enfrentar desafíos futuros. Las emociones como la ansiedad, el miedo al fracaso y la frustración pueden surgir como respuestas a este estrés, y si no se gestionan adecuadamente, pueden debilitar la resiliencia de los estudiantes. Por otro lado, aprender a manejar estas emociones de manera saludable puede contribuir a desarrollar la capacidad de adaptación y superación.

Por su parte, y no menos importante, al dar referencias a las relaciones interpersonales que juegan un papel fundamental en la vida de los estudiantes universitarios; la resiliencia dará lugar a la calidad de las conexiones con compañeros, profesores y personal de la institución que puede influir en su bienestar emocional.

Como bien lo señala Greco (2010), el apoyo emocional proveniente de estas relaciones puede actuar como un amortiguador frente a los desafíos académicos y personales. Sentirse comprendido y respaldado emocionalmente puede fortalecer la capacidad de un individuo para enfrentar situaciones adversas y recuperarse de ellas.

E aquí, que el autocuidado juega un papel importante por parte del individuo, pues esta refiere a la práctica deliberada de cuidar tanto el cuerpo como la mente. En el contexto de la resiliencia en una institución de educación superior, el autocuidado emocional es esencial. Las emociones positivas y la salud mental son pilares fundamentales de la resiliencia (Ballesteros y Ramírez Noreña, 2021.). La práctica regular de actividades que promuevan el bienestar emocional, como la meditación, el ejercicio físico y la expresión creativa, puede ayudar a los estudiantes a desarrollar una mayor capacidad para recuperarse de los desafíos y adversidades (Seoane, 2020).

Visto de esta forma, la resiliencia es un proceso dinámico al que se antepone el individuo perteneciente a una institución de educación superior; el cual, tiene lugar a lo largo del tiempo, y se sustenta en la interacción existente entre la persona y el entorno, que incluye la familia y el medio social. La resiliencia es el resultado de un equilibrio entre factores de riesgo, factores protectores y personalidad de cada individuo, funcionalidad y estructura familiar, pero puede variar con el transcurso del tiempo y con los cambios de contexto. Además, implica algo más que sobrevivir al acontecimiento traumático o a las circunstancias adversas, ya que se incluye la capacidad de ser transformado por ellas e incluso construir sobre ellas, dotándolas de sentido.

Así, la resiliencia no solo supone continuar viviendo, sino tener éxito en algún aspecto vital y disfrutar de la vida en general. Si bien es cierto, el uso del concepto de resiliencia en Psicología es

relativamente nuevo, el mismo tiene una practicidad en diverso ámbito de la vida; en donde se expone la capacidad de permanecer compacto e íntegro el individuo, sin quebrarse al ser presionado por una fuerza externa; he aquí, que se antepone las emociones como impulsor o inhibidores de la resiliencia, dependiendo de cómo se gestionen.

Autores como Carbajal y Violeta (2023) , señalan que es importante reconocer la importancia de las emociones, aprender a manejar el estrés, cultivar relaciones interpersonales significativas y practicar el autocuidado emocional son aspectos cruciales para fortalecer la resiliencia de los estudiantes universitarios. La capacidad de enfrentar los desafíos académicos y personales con flexibilidad y positividad no solo contribuye al éxito individual, sino que también prepara a los estudiantes para afrontar los retos que la vida les presente después de su paso por la educación superior.

En este orden de ideas, la finalidad del estudio procura determinar la Influencia emocional que tiene la resiliencia en el estudiante del Centro Regional Universitario de San Miguelito, se enfatiza debido que la influencia emocional en la resiliencia se manifiesta a menudo en la dificultad para manejar el estrés académico. La presión constante por rendir académicamente, cumplir con plazos de entrega y obtener calificaciones sobresalientes puede desencadenar emociones negativas como la ansiedad y la frustración. Estas emociones no solo afectan el bienestar emocional del estudiante, sino que también pueden erosionar su capacidad para enfrentar futuros obstáculos. El estrés prolongado y mal gestionado puede debilitar la resiliencia emocional, lo que a su vez puede dificultar la recuperación de los reveses académicos y personales.

Otra problemática inherente a la influencia emocional en la resiliencia de los individuos en instituciones de educación superior es el aislamiento social y la falta de apoyo emocional. Muchos estudiantes enfrentan la transición a un nuevo entorno educativo y la separación de sus redes de apoyo tradicionales. Esta situación puede generar sentimientos de soledad y desapego, lo que a su vez impacta negativamente en su capacidad para enfrentar desafíos de manera resiliente. La falta de conexiones interpersonales sólidas puede limitar la disponibilidad de recursos emocionales necesarios para superar dificultades académicas y personales.

Otro aspecto problemático es la falta de enfoque en el autocuidado emocional; la naturaleza exigente del entorno académico a menudo lleva a los estudiantes a priorizar sus responsabilidades académicas sobre su bienestar emocional. Esto puede resultar en la supresión de emociones, la falta de reconocimiento de las propias necesidades emocionales y la falta de prácticas de autocuidado. La ausencia de herramientas y estrategias para gestionar y canalizar emociones puede debilitar la capacidad de adaptación y recuperación frente a los desafíos.

Al respecto, para inferir sobre el fundamento teórico que determina la actual temática que lleva por título, influencia emocional que tiene la resiliencia en el estudiante del Centro Regional Universitario de San Miguelito; la resiliencia puede ser abordada desde dos enfoques distintos. Por un lado, se encuentra

la perspectiva de “riesgo”, la cual se centra en los aspectos que pueden desencadenar un daño psicológico, biológico o social; su interés se encuentra en los factores de riesgo alrededor del individuo. Por otro lado, está el enfoque de resiliencia o también llamado “modelo de desafío”, el cual se centra en los aspectos o escudos protectores que pueden generar una defensa al posible daño o amenaza de los ya mencionados factores de riesgo y que desencadenan en el individuo la capacidad o la habilidad para superar esas adversidades.

Según Cáceres, (2020) la resiliencia es una cualidad humana fundamental que refleja la capacidad de enfrentar, adaptarse y recuperarse ante situaciones difíciles, adversidades y cambios inesperados. Se trata de la habilidad de mantener la fortaleza mental y emocional en medio de las tormentas de la vida, permitiendo a las personas no solo sobrevivir a los desafíos, sino también crecer y transformarse a raíz de ellos. La resiliencia implica una combinación de factores cognitivos, emocionales y sociales que interactúan para permitir la superación de obstáculos y la construcción de una mayor fortaleza interna.

En la esencia de la resiliencia yace la capacidad de manejar el estrés, las emociones negativas y las presiones externas de manera saludable. Las personas resilientes no evitan las dificultades, sino que las afrontan con valentía y flexibilidad. A través de la resiliencia, las personas pueden convertir los momentos de adversidad en oportunidades de aprendizaje y crecimiento personal (Borja, 2018). La capacidad de adaptarse a circunstancias cambiantes y mantener una perspectiva optimista es un aspecto central de la resiliencia, permitiendo a las personas encontrar soluciones creativas y mantener una actitud constructiva incluso en los momentos más desafiantes.

La resiliencia no es un rasgo estático, sino una habilidad que puede ser desarrollada y fortalecida a lo largo del tiempo. La adopción de estrategias de afrontamiento saludables, el cultivo de redes de apoyo social, la búsqueda de ayuda profesional cuando sea necesario y la práctica del autocuidado emocional son formas de nutrir y potenciar la resiliencia. A medida que las personas enfrentan y superan obstáculos, su confianza en su capacidad para manejar situaciones difíciles aumenta, y esta confianza a su vez se convierte en un recurso valioso para enfrentar futuros desafíos. En última instancia, la resiliencia es un recordatorio poderoso de la capacidad humana para encontrar fuerza interior y esperanza en medio de las adversidades más oscuras.

En este orden de ideas, es imperativo recalcar la resiliencia según la perspectiva del riesgo, el cual, para González, (2021) se convierte en una herramienta fundamental para mitigar y contrarrestar los efectos negativos de situaciones adversas o contextos de vulnerabilidad. En este contexto, la resiliencia se refiere a la capacidad de un individuo o comunidad para resistir, adaptarse y recuperarse de circunstancias difíciles o amenazantes. La resiliencia se concibe como un factor de protección que actúa como un amortiguador ante los riesgos y las tensiones que podrían llevar a resultados negativos.

Esta perspectiva reconoce que todas las personas están expuestas a riesgos en diferentes momentos de sus vidas, ya sea en el ámbito personal, social o ambiental. Estos riesgos pueden incluir situaciones como la pobreza, la violencia, la discriminación, desastres naturales o problemas de salud (Gaxiola, 2018).

Desde la óptica del enfoque de “riesgo”, la resiliencia se considera una respuesta activa y adaptativa a estos riesgos, permitiendo a los individuos y comunidades no solo sobrevivir ante ellos, sino también prosperar y crecer a pesar de las circunstancias desfavorables.

En este marco, la resiliencia no es solo una característica individual, sino también un producto de interacciones complejas entre las capacidades personales, los recursos disponibles y los sistemas de apoyo social. Se busca fortalecer a las personas y comunidades en riesgo, dotándolas de herramientas para enfrentar los desafíos, reducir los impactos negativos y encontrar soluciones creativas ante las adversidades. En última instancia, desde la perspectiva de “riesgo”, la resiliencia se presenta como una estrategia clave para empoderar a las personas y aumentar su capacidad de navegación en entornos con potenciales amenazas y desafíos (González, 2021).

Por su parte, al determinar la resiliencia según el modelo de desafío, para Morales y González, (2014), esta se visualiza como un proceso dinámico y en constante evolución, en el que los individuos no solo se recuperan de las adversidades, sino que también las utilizan como oportunidades para crecer y desarrollarse. En este enfoque, se considera que los desafíos y las dificultades son parte inherente de la vida, y la resiliencia no se trata simplemente de volver al estado anterior, sino de superarlo con una mayor fortaleza y sabiduría. Esta perspectiva se centra en la idea de que los desafíos son catalizadores para el cambio positivo y el autodescubrimiento.

El modelo de desafío reconoce que la resiliencia no surge solo de la capacidad de enfrentar problemas, sino también de la forma en que se abordan y se interpretan. Las personas resilientes adoptan una mentalidad de "desafío" en lugar de una mentalidad de "amenaza". Ven las dificultades como oportunidades para aprender, desarrollar nuevas habilidades y adquirir una mayor comprensión de sí mismos y del mundo que los rodea (Pereira, 2017). Esta perspectiva transformadora permite a las personas enfrentar los desafíos con mayor valentía y creatividad, lo que a su vez fortalece su capacidad de afrontamiento y adaptación.

El enfoque de “modelo de desafío” también destaca la importancia de la autorreflexión en el proceso de resiliencia. Las personas que adoptan este modelo suelen explorar cómo han cambiado y crecido como resultado de enfrentar desafíos. Esta autorreflexión contribuye a la construcción de una narrativa interna positiva y significativa, lo que refuerza la autoestima y la confianza en las propias capacidades para superar futuros obstáculos Valiente, (2015). En última instancia, el “modelo de desafío” redefine la resiliencia como un camino hacia el autodescubrimiento, el crecimiento personal y la transformación, enfocando la atención en el potencial de crecimiento inherente en cada situación adversa.

Para el autor Pereira, (2017) la influencia emocional es un factor de gran envergadura en la vida cotidiana de las personas, dado que nuestras emociones desempeñan un papel crucial en cómo interpretamos y respondemos al mundo que nos rodea. Cada experiencia, interacción y decisión que enfrentamos está matizada por nuestro estado emocional en ese momento. Nuestras emociones pueden ser

poderosas impulsoras de acciones positivas, como la empatía, la compasión y la solidaridad, o pueden ser barreras para el crecimiento personal y la resolución de problemas, cuando nos dejamos llevar por la ira, el miedo o la tristeza de manera desmedida.

La influencia emocional se extiende a múltiples aspectos de la vida, desde el ámbito personal hasta el profesional. En el contexto de las relaciones interpersonales, nuestras emociones pueden determinar la calidad de nuestras interacciones y cómo nos conectamos con los demás (Vásquez, 2018). Una comunicación efectiva y empática requiere la comprensión de las emociones propias y ajenas. En el entorno laboral, las emociones pueden influir en la productividad, la creatividad y la toma de decisiones. Un equipo de trabajo en el que las emociones son gestionadas de manera saludable tiende a ser más colaborativo y eficiente.

La influencia emocional también está vinculada a la inteligencia emocional, que es la capacidad de reconocer, comprender y gestionar nuestras propias emociones, así como las emociones de los demás. Cultivar la inteligencia emocional permite que las personas naveguen con mayor éxito por las complejidades de las relaciones interpersonales y enfrenten los desafíos de manera más resiliente (Pereira, 2017). En última instancia, comprender y gestionar la influencia emocional es fundamental para llevar una vida equilibrada, satisfactoria y conectada con quienes nos rodean.

En resumidas cuentas, la educación superior presenta varios retos y desafíos para los estudiantes, desde la carga académica y la transición a la independencia hasta las preocupaciones financieras y la competencia (Vásquez, 2018). Superar estos desafíos requiere habilidades de afrontamiento, apoyo social y la búsqueda de recursos disponibles dentro y fuera de la institución educativa.

Al comprender los aspectos teóricos del estudio, es imperativo reconocer que ser resiliente no quiere decir que la persona no experimenta dificultades o angustias. El dolor emocional y la tristeza son comunes en las personas que han sufrido grandes adversidades o traumas en sus vidas. De hecho, el camino hacia la resiliencia probablemente está lleno de obstáculos que afectan nuestro estado emocional. La resiliencia no es una característica que la gente tiene o no tiene. Incluye conductas, pensamientos y acciones que pueden ser aprendidas y desarrolladas por cualquier persona.

En este sentido, el presente estudio se justifica al determinar la influencia emocional que tiene la resiliencia en los estudiantes de diferentes facultades en el Centro Regional Universitario de San Miguelito, debido que es de crucial importancia las complejidades y desafíos que enfrentan en este entorno. La educación superior es un período de transición significativa en la vida de los jóvenes, donde se encuentran expuestos a una serie de factores estresantes, como altas demandas académicas, adaptación a un nuevo entorno y responsabilidades personales y financieras. En este contexto, las emociones juegan un papel determinante en la manera en que los estudiantes enfrentan y superan las dificultades, así como en su capacidad para alcanzar su máximo potencial académico y personal.

Comprender la influencia emocional en la resiliencia, conlleva al beneficio del presente estudio hacia los estudiantes universitarios, pues este indicio puede arrojar luz sobre cómo las emociones positivas y negativas impactan en su capacidad para afrontar el estrés, mantener una salud mental equilibrada y establecer relaciones interpersonales significativas. A través de esta investigación, se podría identificar qué factores emocionales favorecen o dificultan la construcción de la resiliencia, permitiendo desarrollar estrategias de apoyo y herramientas de afrontamiento específicas para fortalecer la capacidad de recuperación de los estudiantes.

Además, investigar la relación entre la influencia emocional y la resiliencia en el contexto universitario tiene como aporte institucional el reconocer las implicaciones más amplias en la formación de políticas educativas y programas de apoyo. Si se comprende cómo las emociones influyen en la adaptación de los estudiantes a situaciones desafiantes, las instituciones educativas podrían implementar medidas que promuevan un ambiente emocionalmente saludable. Esto incluiría la oferta de servicios de asesoramiento psicológico, programas de educación emocional y estrategias de gestión del estrés, todo lo cual podría contribuir a mejorar el bienestar general de los estudiantes y su capacidad para sobrellevar los desafíos de la educación superior.

En resumidas cuentas, el estudio de la influencia emocional en la resiliencia en los estudiantes de diferentes facultades del Centro Regional Universitario de San Miguelito es fundamental para comprender cómo las emociones moldean sus experiencias y su capacidad para enfrentar desafíos. Los resultados de esta investigación podrían tener un impacto positivo en el diseño de estrategias de apoyo y en la promoción de un entorno educativo que fomente el crecimiento emocional y la resiliencia de los estudiantes en esta etapa crucial de sus vidas.

Materiales y Método



El estudio está basado en un diseño no experimental, de tipo campo y nivel descriptivo.

En lo que respecta a la población de estudio, está enmarcada por ciento treinta y nueve (139) estudiantes que asisten a diferentes facultades del Centro Regional Universitario de San Miguelito. La muestra correspondió a la cantidad de ciento treinta y nueve (139) estudiantes que conforman a la población. Al respecto, se aplicó un muestreo de tipo censal, pues, se tomó en cuenta al 100% de la población para ser partícipes del estudio.

Como instrumento de recolección de datos, se utilizó la Escala de Resiliencia (ER-14) de 14 ítems de Wagnild, (2009c), la cual mide el grado de resiliencia individual, considerado como una característica de personalidad positiva que permite la adaptación del individuo a situaciones adversas.

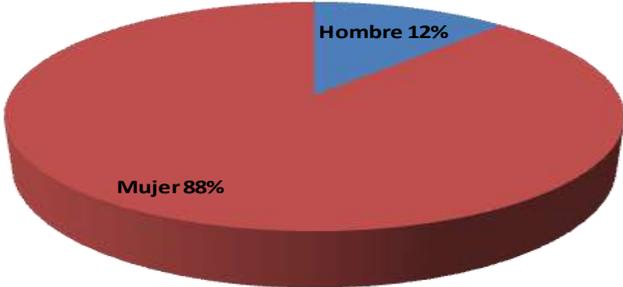
La RS-14 mide dos factores: Factor I: Competencia Personal (11 ítems, auto-confianza, independencia, decisión, ingenio y perseverancia) y Factor II: Aceptación de uno mismo y de la vida (3 ítems, adaptabilidad, balance, flexibilidad y una perspectiva de vida estable). Las puntuaciones obtenidas por los sujetos se suelen dividir en 5 niveles de resiliencia que son más de 60 puntos muy alta resiliencia; entre 45 y 59= alta resiliencia; 30 y 44 puntos normal; 15 y 29 baja; y entre 1 y 14 muy baja.

Para la recolección de datos, se aplicó el Test de Resiliencia determinada mediante la técnica de la encuesta con el apoyo instrumental del cuestionario que se elaboró en los formularios de Google, y el procesamiento de los datos fue realizado con el software SPSS, mientras que para la confección de las figuras se utilizó el software de Microsoft Excel.

Resultados

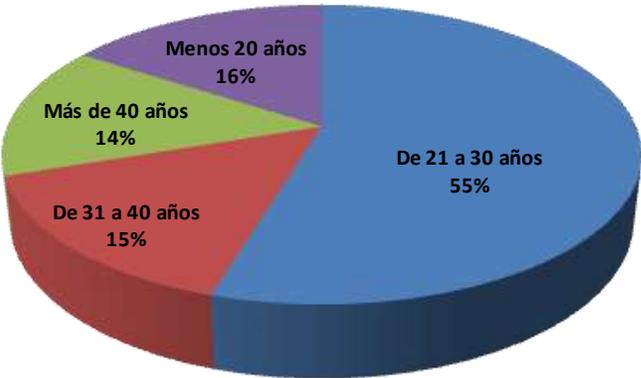
En el presente apartado de la investigación científica se materializará los datos estadísticos con el objeto de reconocer la problemática en cuestión; para ello, a continuación, se expone los resultados bajo la estructura que enmarco el instrumento de investigación.

Figura 1
Sexo



En lo que refiere a la composición de la muestra, en la figura 1 se puede apreciar que la misma estuvo mayormente conformada por mujeres, representando el 88%, mientras que los hombres constituían el 12% restante.

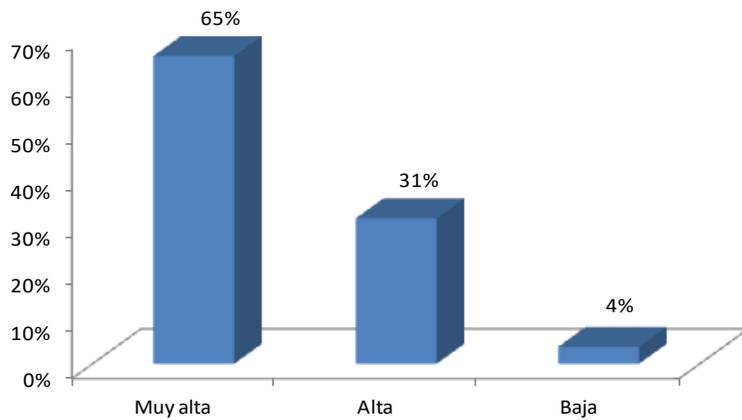
Figura 2
Edad



Con respecto a la edad, en la figura 2 se aprecia que un 55% se ubicaba en el rango de 21 a 30 años, seguido por un 16% con menos de 20 años, un 15% entre 31 y 40 años, y un 14% con más de 40 años. La edad promedio fue de 28.60 años, indicando que se trató principalmente de adultos jóvenes.

Figura 3

Factor I Competencia personal

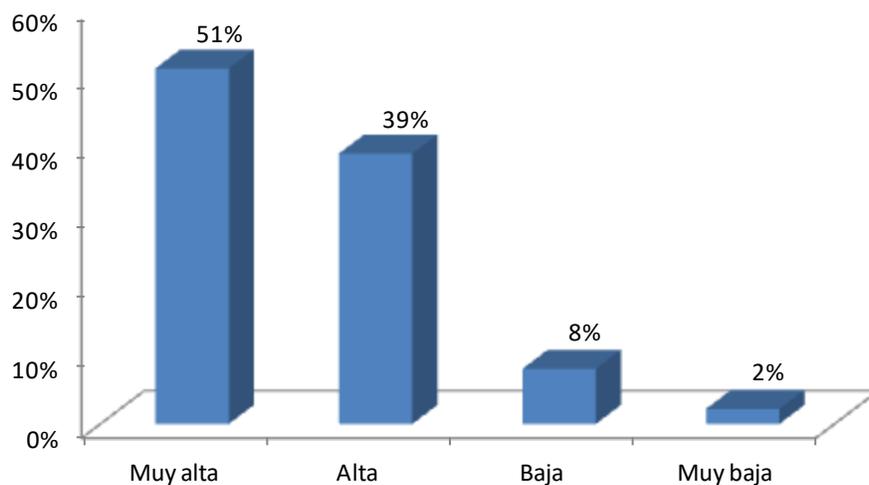


Nota: Resultados del Test de Resiliencia

En términos de resiliencia, al evaluar la competencia personal, la figura 3 evidencia que un 65% de la muestra exhibió niveles "muy altos", seguido por un 31% con niveles "altos", y un reducido porcentaje del 4% con niveles "bajos".

Figura 4

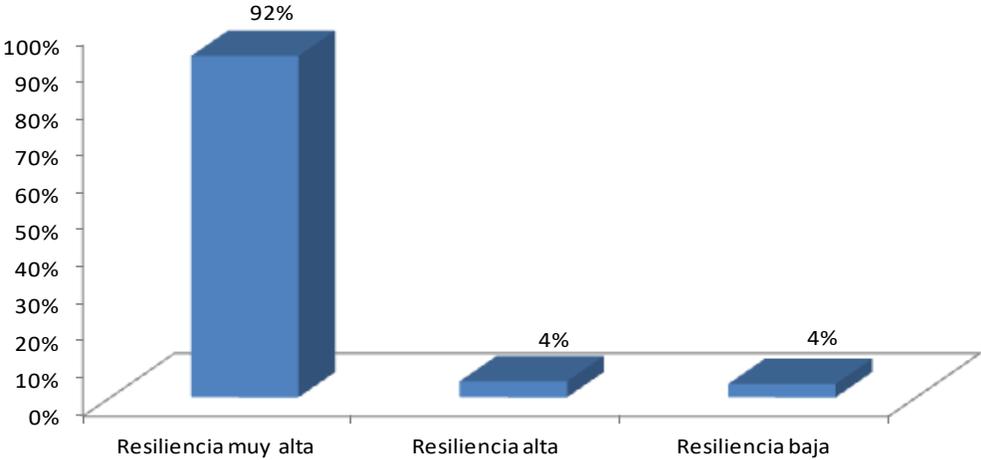
Factor II. Aceptación de uno mismo y de la vida



Nota: Resultados del Test de Resiliencia

En lo que respecta a la aceptación de uno mismo y de la vida, en la figura 4, se aprecia que el 51% obtuvo puntuaciones "muy altas", seguido por un 39% con puntuaciones "altas", mientras que un 8% obtuvo puntuaciones "bajas" y un 2% puntuaciones "muy bajas".

Figura 5
Resiliencia



Nota: Resultados del Test de Resiliencia

En cuanto a los niveles de resiliencia total de los estudiantes del Centro Regional Universitario de San Miguelito, (CRUSAM), la figura 5 demuestra que el 92% de los encuestados cuenta con puntuaciones muy altas de resiliencia, un 4% tiene puntuaciones altas, mientras que solamente un 4% presenta puntuaciones que los ubican en puntuaciones de resiliencia baja.

Estos resultados demostraron que la gran mayoría de los estudiantes del Centro Regional Universitario de San Miguelito poseían niveles significativamente altos de resiliencia tanto en términos de competencia personal como de aceptación de uno mismo y de la vida, lo que sugiere una fortaleza psicológica predominante en esta población estudiantil.

Discusión

La vida universitaria representa un desafío que requiere firmeza y un buen control emocional para interactuar con compañeros y profesores de manera resiliente. Los hallazgos de esta investigación revelan niveles muy altos de resiliencia en la mayoría de los jóvenes del Centro Regional Universitario de San

Miguelito. Estos resultados destacan cómo los jóvenes manejan sus emociones y su conexión con la resiliencia.

En cuanto a las Competencias Personales y la Aceptación de uno mismo y de la vida, los jóvenes demostraron habilidad para afrontar y superar desafíos. Estos dos componentes de la resiliencia parecen complementarse en los encuestados, indicando una sólida competencia personal y una aceptación positiva de sí mismos y de la vida. Han aprendido de las dificultades, lo que les otorga autocontrol en momentos complicados.

Es relevante destacar la confianza en sí mismos y la aceptación personal, fortaleciendo así su autoestima. Disfrutaban situaciones cotidianas y se sienten satisfechos con sus logros. Su habilidad para mantener la calma es indicativa de un autocontrol valioso y una cualidad resiliente. Los hallazgos muestran que se consideran con buena estima y disciplina, características clave para la resiliencia en situaciones adversas.

Estos resultados se alinean con un estudio previo sobre la influencia emocional en la resiliencia de estudiantes universitarios realizado por Belykh (2019). Este estudio exploró cómo las emociones positivas, como la gratitud, pueden contribuir a la resiliencia. Descubrieron que aquellos que practicaban la gratitud mostraban una mayor resiliencia emocional, sugiriendo que las emociones positivas fortalecen la capacidad de recuperación en momentos difíciles.

Nuestro estudio se alinea con investigaciones similares, como el trabajo de Vega y Elizabeth (2019) sobre "Inteligencia Emocional y Resiliencia en Estudiantes de Cuarto y Quinto Año de Psicología en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco". Este estudio exploró la conexión entre emociones positivas y la resiliencia frente al estrés. Sus hallazgos demostraron que experimentar emociones positivas, incluso en momentos estresantes, se asociaba con una mejor capacidad para recuperarse emocionalmente y mantener una salud psicológica estable.

Del mismo modo, nuestro estudio se vincula con la investigación de Vizoso-Gómez y Arias-Gundín (2018) sobre "Resiliencia, Optimismo y Burnout Académico en Estudiantes Universitarios". El enfoque de este trabajo fue explorar cómo las estrategias de afrontamiento emocional afectan la resiliencia de los estudiantes universitarios. Encontraron que el uso de estrategias adaptativas para manejar las emociones estaba relacionado con niveles más altos de resiliencia.

Estos estudios sugieren que las emociones, especialmente las positivas, y las estrategias de afrontamiento emocional, juegan un papel crucial en la capacidad de los estudiantes universitarios para superar desafíos y desarrollar resiliencia.

Conclusiones

En términos generales, los resultados obtenidos aportan evidencias de la influencia emocional en la resiliencia de los estudiantes universitarios que estudian en el Centro Regional Universitario de San Miguelito. Sus respuestas en los componentes Competencias personal y Aceptación de si mismo mostraron una relación positiva y significativamente alta al indicar los estudiantes sus capacidades para afrontar las dificultades con firmeza, sin temores y con calma asumiendo una buena aceptación de la vida y de si mismo que los conduce a presentar comportamientos de resiliencia en el entorno en que se desenvuelven.

Tal como lo expresa Álvarez, (2014), al definir la resiliencia como la capacidad del ser humano para hacer frente a las adversidades de la vida e, inclusive, ser transformado por ellas (p.3). No resulta fácil para los jóvenes universitarios controlar las emociones en un entorno en donde las exigencias y desafíos crecen en la medida que avanza en su vida académica y que le exige compromiso, responsabilidad, estabilidad emocional sin muchas oportunidades de explicar o justificar comportamientos que resultan inadecuados en la vida universitaria.

Estos hallazgos encontrados pueden servir a futuros estudios con universitarios debido a que la resiliencia es una cualidad del ser humano que debe construirse a través de programas dirigidos a fortalecer la autoestima y a brindar herramientas cognitivas y emocionales para afrontar situaciones amenazantes y estresantes que se presentan en el diario vivir.

Cuando una persona cuenta con mecanismos de afrontamiento ante situaciones adversas su calidad de vida mejora igualmente su salud mental; los seres humanos no pueden evitar vivir situaciones difíciles, pero sí pueden tener el control de sus emociones, sus pensamientos y sentimientos que en esencia determinan su existir.

Referencias Bibliográficas

Álvarez Romo, K. A., y Cerrón Ramos, N. D. (2020). *Estrés académico y procrastinación en estudiantes de quinto de secundaria de instituciones educativas con jornada escolar completa de la provincia de Lircay-Huancavelica*. Huancayo: Universidad Continental.

Álvarez, A. (2014). *Factores predictivos del uso de alcohol y tabaco en los adolescentes*. México D.F.; Editorial Latino-Am. Enfermagem.

Ballesteros, I., Marcela, L., Ramírez Noreña, A. (2021.). Resiliencia y emociones positivas desde los fundamentos de la inteligencia emocional. Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Belykh, A. (2019). Resiliencia e Inteligencia Emocional: bosquejo de modelo integrador para el desarrollo del saber ser del estudiante universitario. *Revista iberoamericana de educación superior* 10.29, 158-179.

- Borja, Y. (2018). Resiliencia en adolescentes mexicanos. México D.F.; Editorial Enseñanza e Investigación en Psicología.
- Cáceres, L. (2020). Resiliencia, rendimiento académico y variables sociodemográficas en estudiantes universitarios. Bogotá Colombia. Ediciones Psicología Iberoamericana.
- Carbajal, C., y Violeta, M. (2023). Salud mental del profesorado universitario por cambios vertiginosos durante la gestión educativa. Lima: Universidad Cesar Vallejo.
- Gaxiola, E. (2018). Autorregulación, resiliencia y metas educativas: Variables protectoras del rendimiento académico. Bogotá Colombia. Ediciones Colombiana de Psicología S.A.
- González, M. y Artuch, R. (2019). Perfiles de resiliencia y estrategias de afrontamiento en la universidad: Variables contextuales y demográficas. Madrid España. Editorial Journal of Research in Educational Psychology.
- González, N. (2021). La resiliencia y engagement y su asociación con el rendimiento académico en los estudiantes de la Facultad de Medicina. México D.F.; Editorial Universidad Autónoma del Estado de México.
- Greco, C. (2010). Las emociones positivas: su importancia en el marco de la promoción de la salud mental en la infancia. *Liberabit* 16.1, 81-93.
- Kotliarenco, M. A., Cáceres, I., Fontecilla, M. (1997). Estado de arte en resiliencia. Organización Panamericana de la Salud.
- Morales, M. y González, A. (2014). *Resiliencia, Autoestima, Bienestar psicológico y Capacidad intelectual en estudiantes Universitarios*. Sevilla: Díada Editora.
- Pereira, R. (2017). Psiquiatria.com. Resiliencia individual, familiar y social. Barcelona: Ediciones Fontanella.
- Sánchez-Teruel, D., Robles-Bello, M. A. (2014). Escala de Resiliencia 14 ítems (RS-14): Propiedades Psicométricas de la Versión en Español. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación*, 103-113.
- Seoane, E. (2020). Resiliencia: El arte de transformar el dolor en crecimiento personal.
- Valiente, R.M. (2015). Propiedades psicométricas del índice de sensibilidad a la ansiedad. Barcelona: Ediciones Psicothema S.A.
- Vásquez, M. (2018). Concepto de Resiliencia. México C.A.; Ed. McGraw-Hill.
- Vega, B., y Elizabeth, M. (2019). Inteligencia Emocional y Resiliencia en los estudiantes de cuarto y quinto año de la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Huánuco. Perú.

Vinaccia, S., (2019). Calidad de vida, resiliencia, percepción y conducta. Bogotá Colombia. Ediciones Acta Colombiana de Psicología S.A.

Vizoso-Gómez, C., y Arias-Gundín, O. (2018). Resiliencia, optimismo y burnout académico en estudiantes universitarios. *European journal of education and psychology* 11.1, 47-59.

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso



Masculinidades bajo la lupa: Conceptos, tramas y tensiones Masculinities under scrutiny: Concepts, plots, and tensions

Carlos Andrés Arango-Lopera

Universidad Medellín, Facultad de Comunicación, Colombia
caarango@udemedellin.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-2120-3304>

Harvey Murcia Quiñones

Politécnico Gran Colombiano, Departamento de Medios Audiovisuales, Colombia
hmurciaq@poligran.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-6890-3068>

Luis Santofimio

Policía Nacional de Colombia. Grupo de investigación CENPO, Colombia
luis.santofimio@correo.policia.gov.co

 <https://orcid.org/0000-0002-5927-2938>

Recibido: 20/10/2023

Aceptado: 15/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4814>

RESUMEN

El estudio se sumerge en el contexto del problema de la masculinidad, un tema crucial en las ciencias sociales que ha cobrado una creciente relevancia en los últimos años debido a las transformaciones en las dinámicas de género y las relaciones sociales. La masculinidad se ha convertido en un área de investigación vital, ya que la comprensión de cómo se construye, se vive y se negocia puede arrojar luz sobre cuestiones fundamentales de la sociedad contemporánea. Para abordar este análisis, se aplicó una metodología de estado del arte que consistió en la revisión de artículos académicos seleccionados de diversas bases de datos. Estos artículos fueron evaluados y sintetizados para identificar tendencias, áreas de interés y desafíos comunes en la investigación de las masculinidades. Los resultados revelaron un crecimiento significativo en el interés por el tema de la masculinidad en las ciencias sociales. Este aumento en la atención académica sugiere una mayor conciencia de la importancia de comprender cómo las construcciones sociales de la masculinidad afectan a individuos y comunidades en diferentes contextos culturales y geográficos. Sin embargo, a pesar del crecimiento en la investigación, también se evidenciaron enormes dificultades para alcanzar consensos teóricos sólidos. Los enfoques conceptuales y metodológicos varían ampliamente, lo que dificulta la comparación y la síntesis de los hallazgos. Esta falta de claridad conceptual y la diversidad de perspectivas han limitado la capacidad de traducir la investigación sobre masculinidad en políticas públicas efectivas.

Palabras clave: Construcción social, cuerpo, género, masculinidades, violencia.

ABSTRACT

This study delves into the context of the masculinity problem, a crucial topic in the social sciences that has gained increasing relevance in recent years due to transformations in gender dynamics and social relationships. Masculinity has become a vital area of research, as understanding how it is constructed, experienced, and negotiated can shed light on fundamental issues in contemporary society. To address this analysis, a state-of-the-art methodology was applied, involving the review of selected academic articles from various databases. These articles were evaluated and synthesized to identify trends, areas of interest, and common challenges in masculinity research. The results revealed a significant growth in interest in the subject of masculinity within the social sciences. This increase in academic attention suggests a greater awareness of the importance of understanding how social constructions of masculinity impact individuals and communities in different cultural and geographical contexts. However, despite the growth in research, significant difficulties in reaching solid theoretical consensus were also evident. Conceptual and methodological approaches vary widely, making it challenging to compare and synthesize findings. This lack of conceptual clarity and diversity of perspectives has limited the ability to translate masculinity research into effective public policies.

Keywords: Social construction, body, gender, masculinities, violence.

Introducción

El estudio de la masculinidad ha experimentado una notable evolución a lo largo del tiempo, marcada por una creciente atención a la diversidad y la variabilidad de las experiencias masculinas en distintos contextos culturales y sociales. Desde la década de los ochenta, los *Men's Studies* han desempeñado un papel fundamental al proporcionar un enfoque empírico que ha demostrado la naturaleza relacional de las definiciones de lo masculino y ha ofrecido descripciones detalladas de las múltiples prácticas y concepciones relacionadas con la masculinidad en diversas sociedades y épocas (Jociles Rubio, 2001).

Una de las contribuciones más influyentes en este campo proviene del trabajo clásico de Pierre Bourdieu, titulado *La dominación masculina* (2001). Bourdieu abordó la cuestión de la dominación masculina y cómo esta se perpetúa en la sociedad a través de la economía de los bienes simbólicos. Sus análisis revelaron que la dominación masculina tiene una autonomía relativa que le permite perdurar más allá de las transformaciones económicas. Además, Bourdieu resaltó cómo la familia, como guardiana principal del capital simbólico, recibe apoyo de instituciones como la Iglesia y el derecho, consolidando así la dominación masculina en la sociedad. Los estereotipos de género desempeñan un papel esencial en la construcción de la identidad masculina y femenina, y Bourdieu argumenta que estos estereotipos se basan en una naturaleza biológica que es en sí misma una construcción social naturalizada (Bourdieu, 2001).

En este contexto teórico, la presente investigación se adentra en las diferentes dimensiones de la masculinidad, considerando los mecanismos históricos que han contribuido a la eternización de las estructuras de la división sexual. Además, explora cómo la investigación ha reportado pistas para comprender empírica y conceptualmente la dominación masculina en la sociedad actual, destacando la importancia de cuestionar la naturalización de la construcción social de lo biológico y fomentar la lucha cognitiva para oponerse a la dominación simbólica (Sandoval, 2002). A través de este enfoque teórico amplio, se busca comprender la complejidad de las masculinidades y su impacto en las dinámicas sociales y culturales de la contemporaneidad.

Los estudios de género han desempeñado un papel fundamental en la transformación de la comprensión de las dinámicas sociales y culturales que afectan a las personas en todo el mundo. En las últimas décadas, se ha producido un crecimiento significativo en la importancia de las investigaciones sobre masculinidades en el ámbito de los estudios de género. Este auge en la investigación sobre las experiencias y construcciones de la masculinidad no solo ha enriquecido nuestro entendimiento del género, sino que ha tenido un impacto profundo en la política pública y la sociedad en general.

Para comprender la relevancia de estos estudios, es esencial considerar el contexto en el que surgieron y se desarrollaron. Históricamente, la noción de género se ha entendido en términos binarios, con el hombre y la mujer como categorías excluyentes y rígidamente definidas (Esposito, 2016; Preciado, 2020). Sin embargo, los estudios de género han desafiado esta concepción, argumentando que el género es una construcción social compleja que va más allá de una simple dicotomía. En este contexto, la investigación sobre masculinidades se ha convertido en un componente crítico para desentrañar las normas y expectativas asociadas a la masculinidad, revelando cómo estas construcciones influyen en la vida de los hombres y en las relaciones de género (Navarro Lashayas et al., 2023).

Una de las contribuciones más importantes de los estudios sobre masculinidades es su capacidad para cuestionar y desafiar las normas tradicionales de lo que significa ser un hombre en la sociedad (Rodríguez García, 2022). Estos estudios han evidenciado cómo las construcciones de la masculinidad están relacionadas con la opresión de género y cómo los hombres son socializados para cumplir con roles y expectativas específicas que pueden ser perjudiciales tanto para ellos como para las mujeres. Por ejemplo, se ha demostrado cómo la presión para ser *duro* o *macho* puede llevar a la violencia y a la falta de expresión emocional en los hombres, lo que tiene consecuencias negativas para su salud mental y bienestar (Ramírez Rodríguez, 2020).

Además de la comprensión crítica de las normas de género, la investigación sobre masculinidades también ha demostrado la diversidad de las experiencias masculinas. Los estudios han revelado que no existe una única forma de ser hombre, y que las identidades y experiencias masculinas varían ampliamente según factores como la raza, la clase, la orientación sexual y la cultura. Esto ha llevado a una apreciación más profunda de la complejidad de la masculinidad y ha desafiado las generalizaciones simplistas.

El impacto de las investigaciones sobre masculinidades no se limita al ámbito académico. Estos estudios han influido en la política pública y en las discusiones sobre igualdad de género. La creciente conciencia de las implicaciones negativas de las construcciones tradicionales de la masculinidad ha llevado a la promoción de programas y políticas que fomentan una masculinidad más positiva y saludable. Por ejemplo, se han implementado iniciativas para abordar la violencia de género y promover relaciones más equitativas entre hombres y mujeres.

Además, la investigación sobre masculinidades también ha dado lugar a movimientos sociales que buscan desafiar las normas de género y promover una mayor igualdad. Los hombres que participan en estos movimientos a menudo se autodenominan *aliados* en la lucha por la igualdad de género, reconociendo la importancia de cuestionar y cambiar las normas dañinas de la masculinidad.

Así las cosas, los estudios de género y la creciente importancia de las investigaciones sobre masculinidades han transformado nuestra comprensión del género y han tenido un impacto significativo en la sociedad y la política pública. Estos estudios han desafiado las normas tradicionales de la masculinidad, destacando la diversidad de las experiencias masculinas y promoviendo una comprensión más profunda de cómo las construcciones de género afectan a las personas en todo el mundo. A medida que se continúa avanzando en la lucha por la igualdad de género, los estudios sobre masculinidades seguirán desempeñando un papel crucial en la construcción de un mundo más justo y equitativo para todos.

Metodología

La metodología utilizada en este estudio se basó en una revisión de la literatura existente sobre masculinidades. Inicialmente, se realizó un rastreo en diversas bases de datos académicas para identificar los textos relevantes en el campo de los estudios de género y masculinidades. La selección de estos textos se llevó a cabo en función de su contribución significativa a la comprensión y análisis de las masculinidades en diversas perspectivas y contextos.

Una vez identificados los textos, se procedió a una lectura minuciosa de cada uno de ellos. Durante esta etapa, se llevó a cabo un análisis de contenido para identificar y registrar los conceptos, definiciones y reflexiones sobre masculinidades presentes en cada texto. Esta fase de análisis permitió la creación de fichas individuales para cada artículo, en las que se detallaban los hallazgos clave y se registraban las citas relevantes relacionadas con la temática de masculinidades.

Posteriormente, se llevó a cabo una categorización de los hallazgos identificados en los textos. Esta categorización se basó en la agrupación de conceptos y definiciones similares o relacionados entre sí. Esta etapa fue fundamental para organizar y presentar de manera coherente el estado del arte sobre

masculinidades, destacando las principales dimensiones y enfoques que emergieron de la revisión de la literatura.

Conceptos

En un texto ya clásico en la materia, Connell afirmaba:

Las principales corrientes de investigación acerca de la masculinidad han fallado en el intento de producir una ciencia coherente respecto a ella. Esto no revela tanto el fracaso de los científicos como la imposibilidad de la tarea. La masculinidad no es un objeto coherente acerca del cual se pueda producir una ciencia generalizadora. No obstante, podemos tener conocimiento coherente acerca de los temas surgidos en esos esfuerzos. Si ampliamos nuestro punto de vista, podemos ver la masculinidad, no como un objeto aislado, sino como un aspecto de una estructura mayor (1997, p. 1).

La cita de Connell pone ya en la mesa de discusión un asunto relevante: no se puede abordar el asunto de la masculinidad como si se tratara de un objeto de investigación aislado; se requiere comprenderlo en el contexto de una trama de significados cuya negociación es constante y entra en relación con las estructuras, reales (Bourdieu, 2008) e imaginarias (Arango-Lopera, 2016), de lo social. Esto nos lleva a revisar el campo nocional en el que se ha movido la idea misma de *masculinidad*.

El campo de las definiciones

La noción de masculinidad es fundamental en el ámbito de los estudios de género y ha sido abordada desde diversas perspectivas, ofreciendo una comprensión más profunda de cómo se construye y se experimenta la masculinidad en diferentes contextos culturales y sociales (Connell & Messerschmidt, 2021). Esto hace necesario un abordaje que considere los aspectos políticos, sociales y culturales que inciden en la aparición de las aportaciones académicas.

Huberman y Tufro (2012) definen las masculinidades como “los mandatos, roles, tareas y comportamientos que la sociedad relaciona, en un momento histórico determinado, con las diferentes formas de ser hombre, y que son enseñadas a los mismos a través de los distintos espacios de socialización” (p. 12). Esta definición resalta la naturaleza dinámica y contextual de las masculinidades, que evolucionan a lo largo del tiempo y en diferentes contextos sociales.

Según La Cecla (2004), la masculinidad y la feminidad son modos de *saber ver* y percibir el mundo que están imbuidos de deseo. Estos modos de ver y ser vistos representan una forma de conocimiento especial y no intercambiable entre géneros. La masculinidad se define en parte por cómo los hombres observan el mundo y cómo desean ser vistos por otros. Además, La Cecla (2004) sostiene que ser hombre o mujer implica tener aptitudes en una ética/estética, una cosmética del cuerpo y una ascesis de la mirada. Esta perspectiva resalta la naturaleza cultural y estética de la masculinidad, así como su relación con la forma en que los hombres se relacionan con sus cuerpos y su entorno social.

Por otro lado, Gilmore (1994) define la masculinidad como la “forma aceptada de ser de un varón adulto en una sociedad concreta” (p. 15). Sin embargo, según Enguix (2012), esta definición se basa en términos negativos, ya que la identidad masculina se ha construido históricamente en contraposición a la feminidad y sus valores estereotipados. La masculinidad, entonces no solo se refiere a un lugar en las relaciones de género, sino que también abarca las prácticas a través de las cuales hombres y mujeres se posicionan en relación con el género. Estas prácticas tienen efectos profundos en las experiencias corporales, en la personalidad y en la cultura en general. Esta perspectiva resalta cómo la masculinidad se construye en contraposición a la feminidad y cómo influye en la vida cotidiana de las personas.

Ello le hace decir a Azamar Cruz (2015) que “La masculinidad es una dimensión del orden de género que remite a una estructura de relaciones sociales” (p.61). Esta definición sugiere que la masculinidad no es simplemente una identidad individual, sino un componente esencial de las dinámicas sociales. La masculinidad se relaciona con las expectativas y las normas que rigen las relaciones entre hombres y mujeres en una sociedad determinada. Esta perspectiva subraya la importancia de comprender la masculinidad como un fenómeno social arraigado en la interacción humana y las estructuras sociales.

Estas tres definiciones ofrecen una visión enriquecedora de cómo se concibe y se experimenta la masculinidad en el ámbito de los estudios de género. Mientras que La Cecla, Huberman y Tufro enfatizan la dimensión estética y cultural de la masculinidad, Gilmore y Enguix resaltan su relación con la contraposición a la feminidad y su impacto en las experiencias personales, y Azamar Cruz subraya su naturaleza social y su papel en la estructura de relaciones de género. Estas perspectivas complementarias contribuyen a una comprensión más completa de la compleja y variada naturaleza de la masculinidad en la sociedad contemporánea.

Desde un plano más amplio, la literatura vuelve una y otra vez sobre las modalidades de abordaje de las masculinidades en clave de *enfoques y perspectivas*. En cuanto a los primeros, Azamar Cruz (2015) delinea los siguientes:

1. Enfoque Filosófico: Este enfoque se centra en la fundamentación de la masculinidad a partir de la racionalidad ilustrada.
2. Enfoque sociológico: Explora cómo las formas de comprensión esencialistas de la masculinidad se han desarrollado, mantenido y perpetuado en la sociedad.

3. Enfoque antropológico: Estudia las variedades de las experiencias de las masculinidades en contextos especiales.
4. Enfoque histórico: Aborda los cambios en el tiempo de las nociones y las prácticas vinculadas a las formas de masculinidad.

A su entender, estas miradas clásicas han contribuido a una comprensión más profunda de cómo las masculinidades se construyen y se expresan en diferentes culturas y épocas. Es Clatterbaugh (1997) quien se encarga de entender la producción teórica en clave de perspectivas. Allí identifica seis perspectivas principales:

1. La perspectiva conservadora, que ve la dominación masculina y sus roles tradicionales como naturales.
2. La perspectiva profeminista, que considera la masculinidad como una construcción social susceptible de cambio.
3. El movimiento de derechos de los hombres, centrado en combatir lo que perciben como injusticias contra los hombres.
4. La perspectiva del desarrollo espiritual o mitopoética, que vincula la masculinidad con arquetipos inconscientes y minimiza el rol femenino en la formación de la masculinidad.
5. Los enfoques socialistas, que relacionan la masculinidad con la estructura de clases y la alienación.
6. Las perspectivas de grupos específicos, como hombres homosexuales y hombres de color, que se centran en las experiencias de minorías étnicas, religiosas u otras (p. 15).

El campo de los conceptos

En el campo de los estudios de género, la masculinidad ha surgido como un tema de profundo interés y complejidad. A través de un análisis crítico de diversas investigaciones, reflexiones y definiciones de masculinidad proporcionadas por destacados académicos, a continuación se explorarán las múltiples facetas de este constructo en constante evolución. Los estudios de masculinidad no solo han revelado la diversidad de las experiencias masculinas, sino que también han desafiado las normas tradicionales y han abierto un espacio vital para comprender cómo se configuran las identidades de género en la sociedad contemporánea. De ahí que la revisión por las conceptualizaciones amplía el campo de la mirada de las definiciones anteriormente descritas.

En su estudio clásico, Connell (1997) presenta dos definiciones de masculinidad: la normativa y la esencialista. La primera se centra en las diferencias entre los hombres y establece un modelo de comportamiento masculino. La segunda se basa en la idea de que la masculinidad es innata y biológica.

El trabajo de este autor es útil para ver que las nociones de masculinidad pueden variar según la perspectiva adoptada, una constante que se va a encontrar una y otra vez en múltiples escritos.

Fuller (2018) plantea la masculinidad como una categoría social que se construye en torno a la fuerza y el poder, utilizada para justificar la posición de dominio de los hombres en la sociedad. Esta concepción resalta la relación entre la masculinidad y la justificación de la desigualdad de género. Vásquez del Águila (2013) aborda la idea de que el camino hacia la masculinidad implica resolver contradicciones inherentes a la naturaleza masculina, incluyendo la realización de pruebas e ideales de actuación que se convierten en imperativos de masculinidad. Este enfoque resalta cómo la masculinidad está vinculada a pruebas y desempeños socialmente aceptados. Un claro ejemplo de pruebas de masculinidad se encuentra en el trabajo de Núñez Noriega y Espinoza Cid (2017), quienes exploran la relación entre la masculinidad y la participación en el crimen organizado, señalando que la masculinidad se asocia con características de poder y dominio en la cultura de género. Su trabajo destaca cómo las nociones de masculinidad pueden influir en la participación en actividades delictivas.

Precisamente, Olavarría (2003) ha enfatizado radicalmente la complejidad de definir la masculinidad y cómo esta puede variar según el contexto socioeconómico, cultural e histórico. La idea de *masculinidades en plural* reconoce las múltiples formas en que los hombres construyen su identidad de género y se relacionan con otros factores contextuales. La cuestión que se abre en algunos fenómenos investigados y que se reportan en la literatura es el ejercicio de unas ciertas formas de ser hombres que, sea en el deporte (Kopelovich, 2022), el ámbito intelectual (Gallego Cañellas, 2021) o la política (Cesaro et al., 2019), guardan una realidad detrás suyo: la lógica de la hegemonía.

De ahí que autores como Zubillaga y Briceño-León (2001) se sumen al concepto de masculinidad hegemónica, que se refiere al modelo tradicional de proveedor económico y controlador. Los autores también resaltan la adaptación de las concepciones de masculinidad en diferentes grupos y momentos históricos, destacando la variabilidad de estas construcciones.

Resulta así provechosa la advertencia de Provenzano y Fornessi (2020), al subrayar que la definición de masculinidad puede variar según la perspectiva teórica adoptada: la masculinidad se construye a través de la socialización y la interacción social, y su forma surge de una esencia no fija, sino fruto una construcción dinámica.

En la misma línea, Nacimiento y Segundo (2011) plantean la masculinidad como una construcción social que se impone a través de mecanismos performativos del género, incluyendo la *ortopedia social* y la normalización de la masculinidad. Esto hace que la masculinidad puede ser utilizada como un poder social que fabrica y vigila los sujetos en clave de género. De ahí lo interesante del estudio de Güida (2011), quien menciona la diversidad de iniciativas en políticas sociales que afectan las paternidades y cómo estas se relacionan con paradigmas cambiantes en la sociedad uruguaya.

En conjunto, estas reflexiones y definiciones de masculinidad proporcionan una visión integral y diversa de un constructo profundamente arraigado en la sociedad. Los estudios de masculinidad han avanzado en la comprensión de cómo las construcciones de género afectan la vida de los hombres y las mujeres, y han desafiado las nociones tradicionales de masculinidad. Sin embargo, también han revelado la complejidad de este tema y las dificultades para lograr consensos teóricos que puedan traducirse en políticas públicas efectivas.

Tramas

Si a propósito de las definiciones apuntamos la necesidad de revisar su contexto, lo cual se abordó en los conceptos esbozados en la sección anterior, es hora de revisar cómo la literatura ha reportado avances empíricos en la investigación. Ahora el propósito es resaltar los avances de las ciencias sociales cuando se mira la masculinidad como fenómeno de observación concreto existente, en contextos específicos y con sujetos reales.

Hallazgos empíricos de la investigación

A través de la revisión de investigaciones sobre masculinidades en diferentes países de América Latina, se han identificado una serie de hallazgos y tendencias que arrojan luz sobre cómo se construye y se experimenta la masculinidad en diversas realidades culturales y sociales.

En Perú, Fuller (2018) destaca una tensión entre las expectativas tradicionales de la masculinidad y las nuevas formas de expresión de la identidad masculina, influidas por la globalización y las tendencias internacionales. La construcción de la masculinidad se basa en la idea de la fuerza y el poder, lo que se utiliza para justificar la posición de dominio de los hombres en la sociedad. Además, resalta la importancia de la violencia como medio para afirmar la masculinidad y demostrar la capacidad de los hombres para ejercer la fuerza física. Estos hallazgos subrayan la relación entre masculinidad, violencia y discriminación por género en la sociedad peruana.

En Venezuela, Zubillaga y Briceño-León (2001) han identificado una creciente exclusión y desesperanza en la población, con un alto porcentaje de personas en situación de pobreza y falta de acceso a servicios esenciales. Según sus hallazgos, la exclusión se ha traducido en una precarización de la educación y el empleo, lo que afecta especialmente a los jóvenes. Esta exclusión se relaciona con la búsqueda de respeto y reconocimiento por parte de los jóvenes, lo que —a su vez— está vinculado a una noción de masculinidad hegemónica que se actualiza en función de los recursos disponibles.

En Argentina, Provenzano y Fornesi (2020) investigaron la relación entre la cultura futbolera y las masculinidades hegemónicas. Sus hallazgos indican que las consignas futboleras reproducen y refuerzan estas masculinidades, caracterizadas por la dominación, la violencia y la homofobia. Los grafitis

futboleros se convierten en una expresión de la cultura popular que refleja y reproduce las relaciones de poder y las normas de género en la sociedad argentina.

En México, Foster (2010) ha explorado la construcción de la masculinidad y la deconstrucción de los esquemas hegemónicos a través de la fotografía. Su obra se relaciona con la realidad mexicana y su proceso constructivo, especialmente en lo que respecta a la masculinidad.

En España, Enguix (2012) destaca que la construcción de la masculinidad se centra en lo corporal en lugar del vestuario. El vestuario y el adorno se consideran fundamentales para la construcción de lo femenino, lo ambiguo y lo andrógino, lo que subraya la importancia de la apariencia en la construcción de la masculinidad en la sociedad española.

En Uruguay, Güida (2011) investigó las tensiones y permanencias en el imaginario masculino en relación con la paternidad. Además, destacó la necesidad de promover cambios institucionales y culturales desde una perspectiva de género y observó la asociación de la (supuesta) debilidad masculina con el ejercicio de la violencia en sectores sociales vulnerables.

En Chile, Aguayo y Sadler (2011) han señalado una brecha importante entre hombres y mujeres en el acceso a servicios de salud sexual y reproductiva. A pesar de los avances en equidad de género, persisten actitudes machistas y discriminatorias en la sociedad chilena. Los estudios de masculinidades han permitido visibilizar a los hombres como sujetos de estudio y han destacado la falta de políticas de masculinidad en dicho país.

En México, Núñez-González (2017) ha estudiado la relación entre la masculinidad y los carteles de Sinaloa. Sus hallazgos indican la presencia de formas de masculinidad arraigadas en la violencia abusiva, la presunción de importancia y el androcentrismo violento en este contexto.

En conjunto, estos hallazgos de investigación muestran la diversidad y complejidad de las masculinidades en América Latina, revelando cómo las expectativas de género, la violencia, la exclusión social y la cultura popular influyen en la construcción de la identidad masculina en diferentes contextos culturales y sociales. Además, resaltan la importancia de abordar las masculinidades desde una perspectiva de género para comprender y promover relaciones de género más igualitarias y saludables en la región.

Tensiones

Como clave interpretativa, examinar las tensiones que propicia la idea de masculinidad, sirve para mirar el encuentro entre los conceptos, las definiciones y los hallazgos empíricos. Dicho de otra forma: si las conceptualizaciones y los ejercicios definitorios ayudan a dilucidar las epistemes emergentes en el campo de la masculinidad, las tensiones hablarán de cómo se produce el cruce entre la teoría y la praxis, como se verá a continuación.

Masculinidades hegemónicas

La definición hegemónica de la virilidad es un hombre en el poder, un hombre con poder, y un hombre de poder. Igualamos la masculinidad con ser fuerte, exitoso, capaz, confiable, y ostentando control. Las propias definiciones de virilidad que hemos desarrollado en nuestra cultura perpetúan el poder que unos hombres tienen sobre otros, y que los hombres tienen sobre las mujeres (Robles et al., 2019, p. 51).

Así, Robles et al. subrayan la definición hegemónica de la virilidad que prevalece en la sociedad contemporánea. Al asociar la masculinidad con el poder en sus diversas formas —*ser* en el poder, *tener* poder y *de* poder—, se establece una conexión intrínseca entre la virilidad y la posesión de autoridad, influencia y control en diferentes aspectos de la vida. Esta asociación entre masculinidad y poder se manifiesta en la percepción de que un hombre debe ser fuerte, exitoso, capaz y confiable para cumplir con las expectativas tradicionales de género. Reflexión que sirve para preguntarse cuán permeada por lo masculino está la idea misma de poder en nuestra sociedad.

Sin embargo, pronto se advierte una consecuencia negativa de esta concepción hegemónica de la virilidad. Al igualar la masculinidad con el poder y el control, se perpetúan las jerarquías de poder existentes en la sociedad, tanto entre hombres como entre hombres y mujeres. Esto implica que algunos hombres tienen poder sobre otros, lo que puede resultar en relaciones de dominación y sumisión. Por otra parte, esta concepción de la virilidad también contribuye a la desigualdad de género, ya que establece un estándar restrictivo y excluyente para la masculinidad, excluyendo a aquellos que no se ajustan a estos ideales de poder y control. En última instancia, hay que resaltar cómo este planteo hegemónico no solo refleja las estructuras de poder existentes, sino que también las refuerza, lo que plantea la necesidad de cuestionar y redefinir las nociones tradicionales de masculinidad para promover una sociedad más igualitaria y diversa.

La masculinidad hegemónica ha recibido una gran cantidad de análisis y estudios. Desarrollada por el sociólogo australiano Connell, ha sido fundamental en los estudios de masculinidad (Aguayo & Sadler, 2011). Esta teoría sostiene que la masculinidad hegemónica es un ideal culturalmente construido que se asocia con la dominación y el control. Se utiliza para mantener la subordinación de las mujeres y otros grupos marginados. La masculinidad hegemónica se basa en el control y la dominación, y se actualiza en función de los límites y recursos disponibles (Zubillaga & Briceño-León, 2001). Esta forma de masculinidad se relaciona con la exclusión y la necesidad de respeto en los jóvenes (Navarro Lashayas et al., 2023).

Como se dijo, la masculinidad hegemónica se caracteriza por asociar la masculinidad con la fuerza, la agresividad, la competitividad y la heterosexualidad, entre otros rasgos (Cervantes Ríos, 2018). Esta

perspectiva dominante de la masculinidad se ha cuestionado en los estudios de género y masculinidades, ya que puede generar desigualdades y violencias hacia las mujeres y hacia otros hombres que no se ajustan a este modelo (Olavarría, 2003).

Con frecuencia, los estudios muestran que la masculinidad hegemónica no es estática, sino que siempre hay tensiones y negociaciones en las relaciones que los varones establecen con otros varones, con las mujeres y consigo mismos. Los adolescentes y varones aprenden desde muy temprana edad que la sexualidad masculina se constituye en torno a fronteras delimitadas que actúan como un repudio a lo que se considera dominio de lo abyecto, como la feminidad y la homosexualidad pasiva (Vásquez del Aguila, 2013). En ese sentido, es relevante que la investigación muestra consistentemente pruebas de que la virilidad está relacionada con el poder y el control, de manera que la masculinidad se asocia con ser fuerte, exitoso, capaz, confiable y ostentar control Robles et al. (2019).

De ahí la importancia de trabajos como el de Foster (2010), quien destaca la forma en que el arte ha servido en ocasiones para deconstruir los esquemas hegemónicos que dictan la percepción de las identidades sociosexuales en México, lo que refleja la agencialidad de la masculinidad en la realidad mexicana. Siguiendo esa estela, el trabajo de Azócar González (2020) destaca, al auscultar formas no hegemónicas de masculinidad en el Chile neoliberal.

Masculinidad, masculinidades, nuevas masculinidades

Las búsquedas de lo no hegemónico abren a una comprensión de las nuevas masculinidades en América Latina. Así lo presenta Alexander Huerta Mercado (2018), quien arroja luz sobre una transformación significativa en las percepciones y prácticas de género en la región. Huerta Mercado explora a fondo el desafío que supone ser un hombre en la sociedad contemporánea, destacando cómo las tradiciones culturales y las expectativas de género están experimentando cambios notables en este contexto. Además, el autor resalta cómo los hombres responden a estos cambios adoptando nuevas formas de masculinidad, que representan un cambio significativo en comparación con las visiones más tradicionales (Huerta Mercado, 2018).

Para comprender de manera más profunda las nuevas masculinidades, es fundamental retrotraer algunos de los conceptos clave relacionados con anterioridad. Allí es claro que la masculinidad, en esencia, se refiere a la construcción social de lo que se considera *masculino* en una sociedad o cultura específica. Implica un conjunto de características, roles y estereotipos asociados con la idea de ser hombre en esa sociedad particular. Si se enfatiza en el aspecto de forma, de posibilidad, incluso de molde, queda claro que, en consecuencia, habrá diversas maneras como se construye la masculinidad dentro de una sociedad. Lo cual implica que habrá múltiples formas de ser hombre, construidas socialmente, que pueden variar

según factores como la cultura, la clase social, la etnia, la orientación sexual, entre otros (Robles et al, 2019).

Dentro de este panorama, las nuevas masculinidades emergen como un enfoque que desafía las construcciones tradicionales de género y busca cuestionar los privilegios otorgados históricamente a los hombres por el patriarcado. Estas nuevas formas de masculinidad tienen como objetivo promover la igualdad de género y desafiar los estereotipos y roles de género impuestos por la sociedad patriarcal (Robles et al, 2019).

Vale la pena destacar que las nuevas masculinidades representan un cambio significativo en la forma en que se concibe la masculinidad. En tanto que tradicionalmente se ha asociado la masculinidad con la fuerza, la dominación y la heterosexualidad, entre otros rasgos, estas nuevas masculinidades buscan alejarse de estas perspectivas tradicionales y abrir camino a una comprensión más equitativa y diversa de lo que significa ser hombre (Robles et al, 2019).

En este contexto, Fuller (2020) plantea una discusión importante sobre la percepción del patriarcado. Algunos académicos sostienen que el patriarcado está en crisis o debilitado, mientras que otros, identificados con grupos políticos de derecha, consideran que el concepto del patriarcado es una invención artificial destinada a socavar el orden social establecido. Esta perspectiva, según Cervantes Ríos (2020), ha llevado a lo que Fuller denomina una *guerra cultural* entre sectores conservadores y progresistas. En este debate, se discuten los logros del feminismo y los grupos LGTB como una amenaza percibida a la “familia natural” y la sociedad en general (Cervantes Ríos, 2020).

Así mismo, es relevante considerar que la construcción de la masculinidad ha evolucionado a lo largo del tiempo. En décadas pasadas, se observó el surgimiento de una nueva masculinidad hegemónica, caracterizada por su enfoque tecnocrático y su menor grado de violencia en comparación con modelos anteriores (Martini, 2002).

Se trata de una transformación significativa en las percepciones y prácticas de género en la región, toda vez que este enfoque desafía las construcciones tradicionales de masculinidad y promueve la igualdad de género. Las investigaciones rastreadas insisten en que es esencial reconocer que las masculinidades son diversas y cambiantes, y que las nuevas masculinidades representan un paso importante hacia una sociedad más inclusiva y equitativa.

El problema y el lugar del cuerpo

Pero si los valores de la masculinidad hegemónica están asociados a la fuerza y el valor, no cabe duda de que el cuerpo es un vehículo, bien sea de la masculinidad en clave hegemónica o en clave de nuevas masculinidades. Las trazas que deja el cuerpo como objeto de estudio son una visión material de unas mediaciones sociales más densas, anchas y profundas (Murcia Quiñones, 2015; Murcia Quiñones & Arango-Lopera, 2022; Rizo García, 2022). Por esta vía, vale decir que las investigaciones sobre masculinidades en América Latina han otorgado un lugar destacado al cuerpo, reconociendo su papel polivalente en la construcción y expresión de la identidad masculina. A lo largo de estas investigaciones, diversos autores han reflexionado sobre cómo el cuerpo se convierte en un terreno de significados, tensiones y poder en la conformación de la masculinidad.

Uno de los aspectos más atractivos para los estudios de género es la corporeidad, como señalan Betancouth Morales y Calvo Cuentas (2010). El cuerpo se presenta como una entidad polivalente: por un lado, es una entidad física, una masa de carne, nervios y esqueleto que se contrapone a la esfera cultural. Por otro lado, la experiencia corporal se carga de significados a través de su inscripción social y cultural, así como de la interacción entre individuos. En este sentido, el cuerpo es una superficie en la que se inscriben normas, valores y moralidades relacionadas con el género, lo que da lugar a la construcción de identidades de género (Fuller, 2018).

Desde la mirada de Fuller (2018), se plantean dos grandes enfoques en la teorización del cuerpo. El primero es la perspectiva *inscriptiva*, que concibe al cuerpo como una superficie en la que se inscriben la ley, la moral y los valores culturales. El segundo enfoque considera al cuerpo como *vivencia*, centrándose en la inscripción interna del cuerpo en el esquema corporal y la anatomía imaginaria. Ambos enfoques destacan la relevancia del cuerpo como un espacio donde se articulan significados de género.

Las investigaciones sobre masculinidades también subrayan la relación entre el cuerpo y la construcción de la masculinidad. Se veía con Foster (2010) en su planteamiento que cuestiona los esquemas hegemónicos relacionados con la percepción de las identidades sociosexuales y la relación entre el cuerpo y la masculinidad. En particular, al mostrar que el arte puede mostrar figuras masculinas desvinculadas del mundo material. Tal inmaterialidad pudiera ser la puerta de entrada a otras formas de relación con el cuerpo y la condición de ser hombre. Esto pone de manifiesto una interrogante sobre la relación entre el cuerpo y la masculinidad, sugiriendo que la masculinidad puede desvincularse de los estándares tradicionales de corporeidad.

La masculinidad, según Aguayo y Sadler (2011), se ha definido históricamente en términos de la capacidad de los hombres para ejercer la fuerza y el vigor. Esta idea se ha utilizado para justificar la

posición de dominio de los hombres en la sociedad. De hecho, se espera que los hombres tengan un cuerpo musculoso y fuerte que les permita demostrar su virilidad y su capacidad de controlar a los demás. Esta construcción de la masculinidad basada en el cuerpo puede tener implicancias negativas en la salud mental y en las relaciones interpersonales, ya que puede llevar a los hombres a reprimir sus emociones y a adoptar comportamientos violentos o agresivos para demostrar su masculinidad.

Enguix (2012) profundiza esa noción de que el género se expresa a través del cuerpo y permea la vida social. Los significados y disposiciones de género se manifiestan en el cuerpo, generando discursos sobre la emoción, la sexualidad, el comportamiento y la moralidad. Las narrativas de las personas trascienden la mera corporeidad y construyen el género como un potencial de éxito social y sexual. Esta construcción se ve influenciada por la emoción, el deseo y la experiencia de las personas. Así es como, en últimas, el cuerpo se convierte en un elemento esencial en la performatividad de género, donde los significados de género se reflejan y se internalizan a través de la corporalidad.

Enguix (2012) también introduce el concepto de cuerpo hegemónico, que se ajusta al ideal cultural de belleza y masculinidad. Este cuerpo se caracteriza por ser musculoso, joven y con poca grasa corporal. Este ideal se ha convertido en una referencia dominante en la representación de la masculinidad. La internalización de este canon de belleza conlleva a que muchas personas busquen representar este ideal en la medida de lo posible, lo que puede dar lugar a diversas estrategias, como el cuidado del vestuario y la práctica regular del ejercicio físico.

Preguntar el cuerpo es clave. El cuerpo representa un medio de comunicación con el entorno, y cada aspecto físico refleja nuestra experiencia de vida. El cuerpo actúa como una estructura que revela valiosa información sobre la identidad de un individuo, constituyendo un primitivo portador de signos, por lo cual desempeña un papel fundamental en la construcción de significados socialmente aceptados y altamente convencionales (Rizo García, 2022).

Violencia

Si Connell advertía que no se podía mirar la masculinidad como un objeto suelto, aislado del mundo, el cuerpo tampoco. No guarda interés una aproximación al cuerpo que no entienda lo corporal; y lo corporal se hace mediante la acción. Por eso, la masculinidad hegemónica pasa por una corporalidad también hegemónica. Y eso implica que el cuerpo se impone sobre las voluntades de otros. Es por ese lado que se llega a la violencia como categoría de estudios en el ámbito de las masculinidades. Una mirada de este tipo permite llegar a las investigaciones que señalan cómo se define la identidad masculina en términos de la capacidad de los hombres para ejercer la fuerza física y controlar los medios de violencia. Al respecto, es importante la nota de Cervantes Ríos (2020), la cual sostiene que la violencia se utiliza

como una forma de afirmar la masculinidad, y los hombres que no pueden ejercerla físicamente son considerados menos masculinos.

En vena cercana, Vásquez del Águila (2013) plantea que en diversos contextos culturales, los hombres son más propensos a ser víctimas de la violencia perpetrada por otros hombres. Esta violencia puede variar desde bromas pesadas y peleas hasta formas más graves de violencia, como el acoso y el abuso físico y sexual. Además, se sugiere que los gestos rituales de masculinidad a menudo involucran comportamientos violentos para demostrar la virilidad.

Núñez Noriega y Espinoza Cid (2017) examinan la relación entre la masculinidad y la violencia en el contexto del crimen organizado. Destacan que la configuración de la masculinidad, que enfatiza la valentía, la temeridad, la fuerza y el poder, se refleja en la violencia que los hombres infligen entre sí. La violencia se convierte en una herramienta de mercado y un medio de autoafirmación masculina.

Aunque Minello Martini (2002) no establece una relación directa, sugiere que la construcción de la masculinidad hegemónica, basada en la dominación y el control sobre las mujeres, puede estar relacionada con la violencia de género. La violencia se manifiesta como una expresión de esta subordinación de las mujeres. Olavarría (2003) aborda la crisis de la masculinidad y su relación con la violencia de género. La crisis de la masculinidad se entiende como una crisis en las relaciones de género, y la violencia de género es vista como una manifestación de esta crisis. Superar esta crisis implica erradicar la violencia de género y construir nuevas formas de masculinidad basadas en la igualdad y el respeto.

En el contexto de los barrios populares de Venezuela, Zubillaga y Briceño-León (2001) sugieren una relación entre la masculinidad hegemónica y la necesidad de respeto con la violencia. La violencia se convierte en un medio para trascender la desventaja y convertirse en un “hombre de respeto” de acuerdo con el modelo ideal masculino de control y dominación.

Provenzano y Fornessi (2020) exploran cómo la masculinidad hegemónica se relaciona con la violencia y la agresividad. Esta masculinidad se basa en la idea de que los hombres deben ser fuertes, dominantes y agresivos, lo que puede llevar a la justificación de la violencia como una forma de afirmar la masculinidad. Sin embargo, enfatizan que no todas las masculinidades están vinculadas a la violencia.

Connel (1997) examina la violencia como una forma de exigir o afirmar la masculinidad en luchas de grupo. Mencionan numerosos ejemplos de violencia entre hombres negros en Sudáfrica y Estados Unidos, así como la violencia sexual contra las mujeres como una forma de afirmación de la masculinidad. La violencia se considera un aspecto importante en el análisis de la masculinidad y su relación con la estructura de género. De ahí la importancia de las políticas públicas de la que hablan Nascimento y Segundo (2011). Se requieren disposiciones que permitan regular de manera clara la paternidad, la violencia contra las mujeres y la homofobia. Asuntos como la violencia contra homosexuales y la variedad de formas de violencia que experimentan, incluyendo humillaciones, ofensas y extorsiones, los llevan a

decir que sin una gestión clara de la política relacional con estas poblaciones hará que los conflictos se radicalicen y generen una mayor escalada de violencia contra las mujeres y homofobia.

Algunas veces, como mostró Güida (2011), los hombres en situaciones de fragilidad social pueden recurrir a la violencia como una respuesta a la impotencia. Por eso hay que plantear la cuestión de la hostilidad como una conducta que los hombres procesan en relación con su masculinidad. También Guajardo Soto (2011) explora la violencia en relación con la figura ideológica de lo homosexual en Chile. Se mencionan informes de Amnistía Internacional y organizaciones no gubernamentales (ONG) sobre la violencia física ejercida contra personas identificadas como homosexuales. La violencia y la discriminación afectan la vida cotidiana de las personas LGBTIQ+.

En el ya citado estudio sobre la narcocultura, Núñez-González (2017) identifica una relación entre las masculinidades y la violencia. La figura del narcotraficante se asocia con el machismo y la hipermasculinidad, caracterizados por la violencia abusiva y la dominación violenta de las mujeres. Betancouth Morales y Calvo Cuentas (2010) exploran la hostilidad como una conducta en la construcción de la subjetividad masculina. Se destaca que diferentes teorías enfatizan los impulsos y las formaciones culturales como influencias en la construcción de la masculinidad y la procesamiento de la hostilidad. Esa investigación directamente sugiere que la hostilidad puede estar influenciada por factores biológicos y culturales.

En resumen, estos conceptos y autores examinan la compleja relación entre la masculinidad y la violencia en diversos contextos culturales y sociales. Se destacan las formas en que la construcción de la masculinidad puede influir en la violencia, aunque se enfatiza que no todas las masculinidades están inherentemente ligadas a la violencia, y que esta relación es multifacética y requiere un análisis crítico.

Recomendaciones

A lo largo de las investigaciones analizadas, los investigadores extienden valiosas sugerencias y recomendaciones que se derivan de sus estudios. Estas se proponen trazar caminos de masculinidad más acordes con el mundo actual. Estas recomendaciones promueven una comprensión más completa y diversa de lo que significa ser un hombre en la sociedad actual, desafiando las normas tradicionales de masculinidad y fomentando la inclusión de una variedad de identidades masculinas. A continuación, se presentan cinco recomendaciones clave derivadas de estas investigaciones:

- Reconocer la interseccionalidad: La primera recomendación se basa en la idea de que la masculinidad debe entenderse en su intersección con otras categorías a través de las cuales las

personas se posicionan en el campo social. Estas categorías incluyen la raza, la clase, la orientación sexual, la religión, la etnicidad, la edad, la región y la apariencia física. Para fomentar una masculinidad más diversa e inclusiva, es esencial promover la comprensión de que la masculinidad no es un concepto homogéneo y que existen múltiples formas legítimas de ser hombre en diferentes contextos (Fuller, 2018).

- Fomentar la expresión emocional: La segunda recomendación se centra en la necesidad de permitir y fomentar la expresión emocional de los hombres. A menudo, la masculinidad tradicional ha restringido a los hombres en su capacidad de expresar emociones, lo que puede tener efectos negativos en su bienestar emocional y mental. Promover un ambiente en el que los hombres se sientan seguros de expresar sus emociones y vulnerabilidad es fundamental para una masculinidad más saludable y diversa. Esto también implica cuestionar y desafiar la masculinidad hegemónica que dicta que los hombres deben ser emocionalmente restringidos (Azamar Cruz, 2015).
- Incluir la perspectiva de género en políticas públicas: La tercera recomendación se refiere a la importancia de abordar la construcción social de género y las masculinidades en la elaboración e implementación de políticas públicas. Esto es relevante en contextos relacionados con la paternidad, la violencia contra las mujeres y la homofobia. Se destaca la necesidad de involucrar a los hombres en la promoción de la igualdad de género y de promover políticas que reflejen una comprensión completa de las dinámicas de género (Nascimento y Segundo, 2011).
- Promover una participación de los hombres: La cuarta recomendación se enfoca en promover una participación activa y comprometida de los hombres en la lucha por la equidad de género. Esto implica la necesidad de políticas integrales que fomenten la igualdad en áreas como la salud sexual y reproductiva, la paternidad, las tareas domésticas y la prevención de la violencia de género. También se sugiere la importancia de crear un discurso que no estigmatice a los hombres, sino que los construya como aliados efectivos en la búsqueda de la equidad de género (Aguayo y Sadler, 2011).
- Reflexionar sobre las normas de género: La quinta recomendación se basa en la reflexión sobre las normas de género que operan en diferentes contextos. En particular, es esencial cuestionar y desafiar las nociones de masculinidad tradicional asociadas a ciertas profesiones o campos. Se necesita una comprensión más amplia de cómo las normas de género impactan en la conformación de identidades masculinas en diversos entornos y cómo estas normas pueden adaptarse o resistirse (Garriga Zucal, 2013).

Estas recomendaciones derivadas de algunas de las investigaciones rastreadas apuntan a promover una masculinidad más diversa, inclusiva y acorde con el mundo actual. Abogan por la interseccionalidad, la expresión emocional, la inclusión en políticas públicas, la participación activa y la reflexión sobre las

normas de género como caminos hacia una masculinidad más saludable y equitativa en la sociedad contemporánea. Al adoptar estas recomendaciones, se podrá avanzar hacia una comprensión más rica y completa de lo que significa ser un hombre en el siglo XXI.

Conclusiones

Centraremos las conclusiones en tres aspectos relevantes de la revisión de literatura. En primer lugar, el notable auge de las investigaciones sobre masculinidades. El campo se encuentra habitado por muchas instituciones, investigadores, proyectos, publicaciones (hay incluso revistas especializadas en el tema) y eventos que se realizan con regularidad, lo que hace pensar en un terreno de juego con una intensa actividad intelectual, investigativa y académica. El aumento en el número de publicaciones se lee como un indicador positivo y se espera que en realidad sirva para cumplir el cometido de la investigación en ciencias sociales: mejorar la discusión, elevar el nivel del debate, captar los matices, proponer ideas nuevas, ganar distancia sobre las viejas formas.

En segundo lugar, destacar que el paradigma cualitativo es el que más se encuentra en estas investigaciones. Eso en sí mismo no es negativo ni positivo, pero sí da una noticia sobre las epistemes y las metodologías puestas en escena para rastrear el fenómeno. No es que la investigación de corte positivista sea mejor, ni que lo cuantitativo sea la única forma para construir conocimiento. Pero los estudios cuantitativos permiten identificar tendencias, analizar grandes patrones de comportamiento en los datos y, desde ahí, avizorar otros horizontes. Una sugerencia útil para próximas investigaciones es que se considere la opción de técnicas y herramientas desde lo cuantitativo, que, en combinación con lo cualitativo, permitirán visiones más elaboradas que facilitarán una comprensión múltiple de las masculinidades. Al respecto, es útil decir que los procedimientos cuantitativos se impulsan mucho desde organismos estatales que se utilizan con fines de política pública, lo cual arroja una gran cantidad de información que pudiera ser aprovechada y analizada por las investigaciones.

En tercer lugar, resaltar que, además de las regulaciones que se impulsan en varios países de Latinoamérica, la investigación en ciencias sociales puede aportar valiosos insumos para conducir los procesos pedagógicos que se requieren para lograr que, además de la hegemónica, haya otras opciones de masculinidad. El componente formativo y de sensibilización se requiere con urgencia. La investigación social recae fácil en el ejercicio de analizar, diagnosticar y sobrediagnosticar fenómenos. Las masculinidades y los estereotipos de género en medios de comunicación, en espacios sociales, en la gestión pública, en las organizaciones privadas, en la formación escolar y un largo etcétera están ampliamente estudiados. Pero se necesita algo más. Así que mientras algunos países abanderan políticas públicas renovadas y acordes con los tiempos que corren, y mientras las investigaciones ayudan a leer muchas de las dimensiones del problema, hace falta sensibilizar y formar a los hombres y mujeres reales de cara a sus formas de concebirse como sujetos, y a sus maneras de configurar vínculos. Para que la

conversación salga de las prohibiciones legales y de los artículos y tesis académicos, se requiere comunicar, sensibilizar, formar y disponer a los ciudadanos para que encuentren esas otras formas de relación con la masculinidad que, como se mostró ampliamente aquí, son diversas y son posibles.

Referencias bibliográficas

- Aguayo, F., & Sadler, M. (2011). El papel de los hombres en la equidad de género: ¿qué masculinidades estamos construyendo en las políticas públicas en Chile? In F. Aguayo & M. Sadler (Eds.), *Masculinidades y Políticas Públicas: Involucrando Hombres en la Equidad de Género* (pp. 105–126). Flacso. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122642>
- Arango-Lopera, C. A. (2016). Familia imaginada. Los hilos imaginarios sobre lo familiar en relatos infantiles. In C. Arango (Ed.), *Desarrollo y territorio: Perspectivas, abordajes, experiencias. Resultados de investigación*. (pp. 95–115). Fondo Editorial Universidad Católica de Oriente. <http://repositorio.uco.edu.co/handle/123456789/277>
- Azamar Cruz, C. R. (2015). Masculinidades: algunas notas sobre sus crisis, retos y perspectivas. *Fuentes Humanísticas*, 29(51), 57–73. <https://drive.google.com/drive/folders/1Yx1az7tQmkKNGH90MRhzVpdcgvZobT11>
- Azócar González, R. A. (2020). Masculinidades no hegemónicas en el Chile neoliberal. *Perspectivas: Revista de Trabajo Social*, 36, 165–194. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8229522>
- Bourdieu, P. (2001). *La dominación masculina*. Anagrama. <http://www.nomasviolenciacontramujeres.cl/wp-content/uploads/2015/09/Bondu-Pierre-la-dominacion-masculina.pdf>
- Bourdieu, P. (2008). *El sentido práctico*. Siglo XXI.
- Cervantes Ríos, J. C. (2018). Bosquejo del patriarcado en familias de Jalisco. In N. Fuller (Ed.), *Difícil ser hombre. Nuevas masculinidades latinoamericanas* (pp. 141–167). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/antropologia/745-dificil-ser-hombre.html>
- Cesaro, B., Santos, H., & Silva, F. (2019). Masculinidades inherentes à política brasileira de saúde do homem. *Revista Panamericana de Salud Pública*, 42, e119. <https://www.scielosp.org/article/rpsp/2018.v42/e119/>
- Clatterbaugh, K. (1997). *Contemporary perspectives on masculinity. Men, women, and politics on masculinity*. Westview Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429495335>

- Connell, R. W. (1997). La organización social de la masculinidad. In T. Valdés & J. Olavarría (Eds.), *Masculinidad/es: poder y crisis* (pp. 31–48). Flacso. <https://joseolavarria.cl/wp-content/uploads/downloads/2014/08/Masculinidad-poder-y-crisis-Valdes-y-Olavarria.pdf>
- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. (2021). Masculinidad hegemónica. Repasando el concepto. *RELIES: Revista Del Laboratorio Iberoamericano Para El Estudio Sociohistórico de Las Sexualidades*, 6, 32–62. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.46661/relies.6364>
- Enguix, B. (2012). Cultivando cuerpos, modelando masculinidades. *Disparidades. Revista de Antropología*, 67(1), 147–180.
- Esposito, R. (2016). *Las personas y las cosas*. Katz.
- Foster, D. W. (2010). Pedro Meyer: construir masculinidades, construir fotografías. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 20(1), 39–58. <https://www.redalyc.org/pdf/654/65415127003.pdf>
- Fuller, N. (2018). El cuerpo masculino como alegoría y como arena de disputa del orden social y de los géneros. In N. Fuller (Ed.), *Difícil ser hombre. Nuevas masculinidades latinoamericanas* (pp. 25–45). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/antropologia/745-dificil-ser-hombre.html>
- Gallego Cañellas, E. (2021). Música y masculinidad en los círculos intelectuales de la Mallorca finisecular a través de la prensa. *Cuadernos de Música de Iberoamérica*, 34, 83–102. <https://doi.org/10.5209/cmib.73732>
- Garriga Zucal, J. (2013). Géneros en acción: Prácticas y representaciones de la masculinidad y la femineidad entre policías bonaerenses. *Intersecciones En Antropología*, 14(2), 483–492.
- Gilmore, D. D. (1994). *Hacerse hombre. Concepciones culturales de la humanidad*. Paidós.
- Güida, C. (2011). Varones, paternidades y políticas públicas en el primer gobierno progresista uruguayo. In F. Aguayo & M. Sadler (Eds.), *Masculinidades y Políticas Públicas: Involucrando Hombres en la Equidad de Género* (pp. 83–103). Flacso. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122642>
- Huberman, H., & Tufro, L. (2012). *Masculinidades plurales: reflexionar en clave de géneros*. Trama.
- Huerta Mercado, A. (2018). Masculinidad desafiada. In N. Fuller (Ed.), *Difícil ser hombre. Nuevas masculinidades latinoamericanas* (pp. 47–63). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://www.fondoeditorial.pucp.edu.pe/antropologia/745-dificil-ser-hombre.html>
- Jociles Rubio, M. I. (2001). El estudio sobre las masculinidades. Panorámica general. *Gazeta de Antropología*, 17. <https://digibug.ugr.es/handle/10481/7487>

- Kopelovich, P. (2022). Deporte y masculinidades. El caso del Departamento de Cultura Física de la Universidad Nacional de La Plata (Argentina, 1929-1946). *Intersticios Sociales*, 24, 173–200. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-49642022000200173&script=sci_arttext
- La Cecla, F. (2004). *Machos, sin ánimo de ofender*. Siglo XXI.
- Martini, N. M. (2002). Masculinidades: un concepto en construcción. *Nueva Antropología*, 18(61), 11–30. <https://www.redalyc.org/pdf/159/15906101.pdf>
- Morales, G. B., & Cuentas, E. C. (2010). Mecanismos performativos del género como poder: La ortopedia social y la normalización de la masculinidad. *Revista Palabra, Palabra Que Obra*, 11, 182–197.
- Murcia Quiñones, H. (2015). Cuerpo y modernidad en Colombia durante la década de los cuarenta: aproximación desde la revista Cromos. *Forma y Función*, 28(1), 137–155. <https://doi.org/10.15446/fyf.v28n1.51975>
- Murcia Quiñones, H., & Arango-Lopera, C. A. (2022). *Sentidos del cuerpo y cuerpo de los sentidos: Instalación de la corporalidad moderna en la Revista Cromos, 1940-1949*. Politénico GranColombiano.
- Nascimento, M., & Segundo, M. (2011). Hombres, masculinidades y políticas públicas: aportes 50 para la equidad de género en Brasil. In F. Aguayo & M. Sadler (Eds.), *Masculinidades y Políticas Públicas: Involucrando Hombres en la Equidad de Género* (pp. 50–62). Flacso. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/122642>
- Navarro Lashayas, M., Gandarias Goikoetxea, I., & Troya Ruiz, N. (2023). ¿Reforma o ruptura de la masculinidad hegemónica? *Journal on Masculinities & Social Change*, 12(1), 49–72. <https://doi.org/10.17583/mcs.10225>
- Núñez-González, M. A. (2017). Masculinidades en la narcocultura: el machismo, los buchones y los mangueras. *Revista Conjeturas Sociológicas*, 5(14), 109–126. <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/conjsociologicas/article/view/817>
- Núñez Noriega, G., & Espinoza Cid, C. E. (2017). El narcotráfico como dispositivo de poder sexo-genérico: crimen organizado, masculinidad y teoría queer. *Revista Interdisciplinaria de Estudios de Género de El Colegio de México*, 3(5), 90–128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=569560578004>
- Olavarría, J. (2003). Los estudios sobre masculinidades en América Latina. *Un Punto de Vista. Anuario Social y Político de América Latina y El Caribe*, 6, 91–98. <https://masculinidad.org/wp-content/uploads/2022/05/Los-estudios-sobre-masculinidades-en-America-Latina.-Un-punto-de-vista.pdf>
- Preciado, P. B. (2020). *Testo yonki* (2nd ed.). Anagrama.

- Provenzano, P., & Fornessi, R. (2020). Putos, cobardes y chupapijas: prácticas espaciales y masculinidades en consignas futboleras platenses. *ConCienciaSocial*, 4(7), 59–73. <https://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/library?a=d&c=arti&d=Jpr15390>
- Ramírez Rodríguez, J. C. (2020). Hombres y masculinidades: emociones y significado del trabajo. *Revista Latinoamericana de Estudios Sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad*, 12(33), 39–54. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7613348>
- Rizo García, M. (2022). Comunicación, cuerpo y emociones. La incorporación de la dimensión emocional en la investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 19.
- Robles, C., Rearte, P., Robledo, S., González, M., Santoriello, F., & Yovan, M. (2019). Masculinidades: la emergencia de nuevos sujetos en la trama socio-política. *Conciencia Social*, 3(5), 58–75. https://serendipitydiplomados.com/wp-content/uploads/2020/12/Masculinidades_y_emergencia_politica_.pdf
- Rodríguez García, J. (2022). Binarismo y roles de género: ¿qué implica ser hombre y ser mujer en distintas culturas? *Revista de Filosofía En La Red*, 3, 73–83. <https://revista.filosofiaenlared.com/index.php/espanol/article/view/10>
- Sandoval, M. L. (2002). Pierre Bourdieu y la teoría sobre la dominación masculina. *Revista Colombiana de Sociología*, 7(1), 55–72. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/11150>
- Vásquez del Aguila, E. (2013). Hacerse hombre: algunas reflexiones desde las masculinidades. *Política y Sociedad*, 50(3), 917–835. https://www.researchgate.net/profile/Veronica-Zubillaga-2/publication/265293776_Exclusion_masculinidad_y_respeto_Algunas_claves_para_entender_la_violencia_entre_adolescentes_en_barrios/links/540797f40cf2bba34c2326a4/Exclusion-masculinidad-y-respeto-Alguna
- Zubillaga, V., & Briceño-León, R. (2001). Exclusión, masculinidad y respeto. *Nueva Sociedad*, 173, 34–48. https://www.researchgate.net/profile/Veronica-Zubillaga-2/publication/265293776_Exclusion_masculinidad_y_respeto_Algunas_claves_para_entender_la_violencia_entre_adolescentes_en_barrios/links/540797f40cf2bba34c2326a4/Exclusion-masculinidad-y-respeto-Alguna

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso



Generación digital en Panamá: Activismo, identidad y sentido de pertenencia

Digital Generation in Panama: Activism, identity, and sense of pertinence

Paul Antonio Córdoba Mendoza

Universidad de Panamá, Facultad de Humanidades. Departamento de Sociología. Panamá
paul.cordoba@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-3334-4769>

Yuri Stephanie Pittí Montenegro

Universidad de Panamá. Instituto de Estudios Nacionales. Panamá
yuri.pitti@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0003-3894-4122>

Recibido: 5/11/2023

Aceptado: 28/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4815>

RESUMEN

El propósito del estudio es examinar a la generación digital en Panamá, a partir de algunos aspectos de carácter sociodemográfico, como su acceso y uso de la tecnología, su identidad y sentido de pertenencia. En principio, se adoptó un diseño cuantitativo que incluyó la aplicación de un cuestionario compuesto por 130 preguntas, aplicado a una muestra de 384 individuos entre 18 y 30 años, distribuidos de manera representativa en términos de género y origen étnico a nivel nacional. En relación con el acceso a la tecnología, los resultados muestran un marcado uso de teléfonos celulares y acceso a Internet desde sus propios hogares. Además, un segmento significativo de la muestra pasa más de 11 horas al día en línea. En lo que concierne a la identidad, se identifican diferencias notables entre los grupos estudiados en cuestiones como las creencias religiosas, la opinión sobre el matrimonio igualitario y la legalización de la marihuana. No obstante, hay una alta aceptación de la igualdad de género en el ámbito laboral y una disposición marcada para ayudar a quienes lo necesitan. Para analizar de manera más precisa estas diferencias, se realizaron pruebas estadísticas T y análisis de la varianza (ANOVA). Estas pruebas se llevaron a cabo con el propósito de evaluar las divergencias en las medias entre los grupos. Se evidencia que la generación digital ha crecido inmersa en la tecnología, esto ha tenido un profundo impacto en su percepción del mundo y su participación en asuntos sociales, incluyendo el conflicto ambiental.

Palabras clave: Millennials, generación digital, identidad territorial, cultura digital, Panamá.

ABSTRACT

The purpose of the study is to examine Panama's digital generation based on sociodemographic aspects, such as their access to and use of technology, identity, and sense of belonging. In principle, a quantitative design was adopted that included applying a questionnaire composed of 130 questions to a sample of 384 individuals between 18 and 30 years old, distributed in a representative manner regarding gender and ethnic origin at the national level. Regarding access to technology, the results show a marked use of cell phones and Internet access from their homes. Additionally, a significant segment of the sample spends more than 11 hours online daily. Regarding identity, notable differences are identified between the groups studied on issues such as religious beliefs, opinions on equal marriage, and marijuana legalization. However, there is a high acceptance of gender equality in the workplace and a marked willingness to help those who need it. To examine these differences, t-statistics tests, and analysis of variance (ANOVA) were performed. These tests were carried out to evaluate the divergences in the means between the groups. The digital generation has grown immersed in technology, profoundly impacting their perception of the world and activism on social issues, including environmental conflict.

Keywords: Millennials, digital generation, territorial identity, digital culture, Panama.

Introducción

En las últimas décadas, la generación "millennials" ha capturado la atención de académicos y expertos en todo el mundo. Nacidos aproximadamente entre los años 1980 y mediados de la década de 1990, han sido objeto de un profundo escrutinio y análisis a medida avanzaron en su camino hacia la adultez. En principio, eran retratados de manera homogénea, caracterizados especialmente por su conexión con el mundo digital. Actualmente, los estudios retratan su diversidad étnica y cultural, así como una amplia gama de características, valores y experiencias.

Además, a medida avanza el siglo XXI, demuestran su interés y protagonismo en complejos procesos socio políticos, en América Latina y el mundo, especialmente aquellos relacionados con la protección del medio ambiente, el uso responsable de los recursos naturales y la sostenibilidad ambiental. Este compromiso con el medio ambiente se ha convertido en un valor fundamental en la construcción de su identidad territorial. Evidenciado, por ejemplo, en su protagonismo en el reciente conflicto minero en Panamá.

Autores como Claudia Calvin Venero, Alejandro Piscitelli y Silvia Bleichmar han analizado cómo los millennials están redefiniendo las normas de género y sexualidad, transformando la

educación y la comunicación a través de la tecnología y experimentando la construcción de su identidad en un mundo digital y altamente conectado.

En Panamá, la generación digital apareció al inicio de este milenio, dos décadas después de los trabajos pioneros sobre millennials. Testigos del aumento del acceso a Internet y a las redes sociales, gracias a ello poseen una visión más amplia del mundo, dotada de conocimiento sobre diversas culturas.

Este estudio, desde un enfoque cuantitativo, busca examinar a la generación digital en Panamá. Para ello, aplicó un cuestionario exhaustivo a una muestra representativa de jóvenes entre 18 y 30 años a nivel nacional, categorizándolos en diferentes grupos según su grado de conectividad digital. Además, se exploró la dimensión de la identidad a través de categorías como tolerancia, solidaridad, cohesión social y respeto por la naturaleza, así como el sentido de pertenencia a través de valores nacionales, familia, tradición, ciudadanía y justicia social. Estas dimensiones se han evaluado a través de preguntas específicas, permitiendo una comprensión más profunda de la identidad de la generación digital panameña y su relación con su entorno.

La investigación es una parte del proyecto "Los Millennials de Panamá: identidad y sentido de pertenencia en un mundo globalizado", el cual recibe financiamiento de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) y está siendo llevado a cabo por un equipo de investigadores afiliados al Instituto de Estudios Nacionales de la Universidad de Panamá.

1. Surgimiento de la categoría millennials

El término "Millennials" se ha convertido en una palabra común en nuestro vocabulario. Proviene de la palabra "milenio," que significa "mil años." Su uso se remonta a las investigaciones pioneras de Neil Howe y William Strauss en su libro "Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069" (1991), donde describía a la generación nacida a principios de la década de 1980 y, más específicamente, le situaba en el contexto del cambio de milenio. En su obra seminal, delinearon patrones generacionales a lo largo de la historia de Estados Unidos. Su teoría de las generaciones se basó en la idea de que los eventos históricos y las experiencias compartidas en la juventud de una generación influyen en sus valores, comportamientos y actitudes a lo largo de sus vidas. Desde entonces, su teoría ha sido usada por cientos de estudiosos alrededor del mundo.

Desde la década de 2000, el término millennials ganó popularidad. Su aplicación en diversos contextos, académicos como en la cultura popular. Una de las primeras contribuciones notables en la caracterización de esta generación fue de Jean M. Twenge en su libro "*Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before*" (2006). Twenge identificó rasgos generacionales distintivos de los Millennials, incluyendo su relación única con la tecnología.

Por otro lado, Don Tapscott (2008), exploró cómo esta generación estaba moldeando la sociedad a través de su influencia en la tecnología y las redes sociales. Los millennials se convirtieron en un tema recurrente en debates sobre educación, trabajo, y sociedad, en la cultura popular y en los medios de comunicación.

A medida que la generación del milenio ingresó a la edad adulta, tuvo que afrontar desafíos económicos, políticos y sociales significativos. El Centro de Investigación Pew, en informes como "Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends" (2014), examinó minuciosamente la situación de los millennials y sus expectativas en términos de empleo, familia y vida en general. Estos estudios resaltaron la complejidad y diversidad de esta generación en evolución constante.

En diversos ámbitos de la sociedad latinoamericana, los millennials han dejado su impronta. Claudia Calvin Venero (2018) ha explorado la manera en que esta generación está redefiniendo las normas de género y sexualidad en la región. Por otro lado, en su obra "Nativos Digitales" (2009), Alejandro Piscitelli ha examinado el impacto de los millennials latinoamericanos, criados en un entorno digital, en la transformación de la educación y la comunicación a través de la tecnología. Asimismo, Silvia Bleichmar, en "Las Nuevas Tecnologías y la Subjetividad" (2014), ha analizado cómo esta generación está viviendo la construcción de su identidad en un mundo digital altamente conectado.

Los análisis de los millennials en América Latina han abordado diversas dimensiones. En Perú, se ha examinado la caracterización de esta generación en la región latinoamericana, partiendo de antecedentes definitorios según Barrera (2002). En México, se destaca el activismo de los millennials en cuestiones clave como los derechos humanos, la igualdad de género y el medio ambiente. Utilizan las redes sociales como plataforma para la movilización y el cambio social, como señala Tamayo (2011), evidenciando un compromiso significativo con la construcción de un mundo más justo y

sostenible. Además, en Bogotá, Peñalosa y López (2016) los han investigado en relación con el consumo socialmente responsable.

Representan una generación en constante transformación, influyendo en diversos aspectos de la sociedad a través de su activismo, su uso intensivo de la tecnología y su apertura a la diversidad cultural.

2. La identidad territorial de los Millennials

La noción de identidad territorial es un concepto intrincado que engloba la conexión entre las personas y el entorno en el que residen, así como su sensación de pertenencia a dicho territorio. En el contexto de la generación Millennial, esta identidad se ha moldeado en un mundo marcado por la globalización, la tecnología y la diversidad cultural.

La construcción de la identidad territorial de los Millennials se fundamenta en uno de sus valores principales: la preocupación por el medio ambiente. Este principio implica un profundo respeto por el entorno natural y una arraigada conciencia ambiental. Según David Harvey, destacado geógrafo urbano, "La relación entre las personas y su entorno es fundamental para la construcción de la identidad territorial. La tolerancia ambiental implica la responsabilidad de preservar y proteger el territorio en el que vivimos" (Harvey, 2000). Los Millennials han crecido en un mundo donde los problemas ambientales, como el cambio climático y la degradación de los ecosistemas, han adquirido una creciente prominencia. Esta generación valora la sostenibilidad y la gestión responsable de los recursos naturales como elementos esenciales de su identidad territorial. La inquietud por la salud del planeta y las generaciones futuras ha llevado a muchos Millennials a participar activamente en movimientos ambientales y a fomentar prácticas más sostenibles en sus comunidades.

En cuanto al sentido de pertenencia de los Millennials a su territorio, este se fundamenta en la identificación cultural. Esta premisa implica una conexión profunda con las tradiciones, la historia y la cultura de un lugar. Según Benedict Anderson en su obra "Comunidades Imaginadas" (1983), "La identificación cultural es un componente esencial en la construcción de la identidad territorial. Las personas se identifican con su territorio a través de la cultura compartida y las narrativas que lo definen". El territorio facilita la comprensión de las identidades sociales territorializadas, enmarcando adecuadamente fenómenos como el arraigo, el apego y el sentimiento de pertenencia, como sugiere Giménez (2005). Este entendimiento se logra al profundizar en la formación cultural y social de la

zona de influencia, como lo evidencian estudios como el de Aponte Garcia (2003), que analizó el papel del paisaje como formador de carácter y determinante para reafirmar o desdibujar la cultura; Nunes dos Santos (2007), que vinculó los hábitos alimenticios con la identidad cultural; y Miñana Blasco (2008), quien, en un estudio antropológico sobre el pueblo nasa en el sur andino de Colombia, demostró que la música y el baile contribuyen a reafirmar y construir diariamente el territorio.

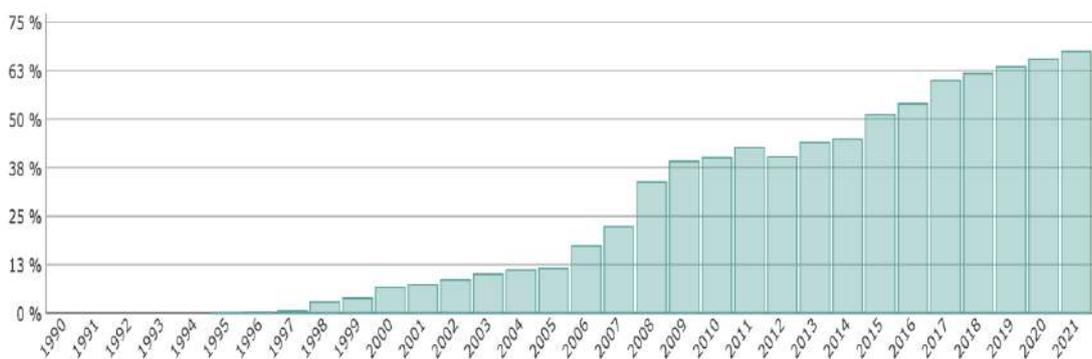
Los Millennials experimentan un arraigo a su territorio mediante la identificación con elementos culturales como la música, la gastronomía, las festividades y las costumbres locales. Esta conexión cultural implica un sentido de pertenencia a una comunidad con una historia compartida, símbolos culturales comunes y valores arraigados en las tradiciones locales. Esta premisa fortalece la conexión emocional de los Millennials con su territorio y su identidad como integrantes de una comunidad culturalmente diversa.

3. La generación digital en Panamá

La aparición de la generación millennials en Panamá se debe asociar estrechamente con la masificación del acceso al mundo digital, un fenómeno que comenzó en el país a principios del nuevo milenio, en los años 2000 (ver gráfica). Aunque Neil Howe y William Strauss establecieron originalmente el término "Millennials" para describir a la generación nacida a principios de la década de 1980 en Estados Unidos en un ambiente de cambio tecnológico, en el caso panameño, a criterio de Córdoba et al. (2022) este grupo demográfico se consolidó más tarde debido a las particularidades de la adopción desigual de tecnológica en el país. La grafica 1 ilustra de manera visual este hecho.

Figura 1

Acceso a internet en Panamá. 1990-2021



Fuente: <https://www.datosmundial.com/america/panama/telecomunicacion.php>

El creciente acceso de la población a Internet impulsa el conocimiento acerca de la diversidad en sus diversas manifestaciones: formas de pensar, sentir, percibir y experimentar la vida cotidiana. La disponibilidad de Internet y las redes sociales ha facultado a la generación digital panameña para adquirir una comprensión más amplia del mundo y aprender acerca de diversas culturas, creencias y perspectivas.

La generación digital amplía sus horizontes y adoptada una perspectiva global en su identidad territorial. Estos cambios se manifiestan en las actividades y interacciones entre los distintos grupos en la sociedad panameña y se han convertido hoy en un elemento de diferenciación, incluso entre generaciones. Por ejemplo, el acceso a Internet en este tiempo es esencial en la vida de los jóvenes panameños, esto pudiera estar configurando procesos identitarios, entre quienes acceden con mayor frecuencia y quienes no. El celular y la computadora son los dispositivos más utilizados para acceder a información y entretenimiento, y a través de ellos, pueden conectarse con el mundo digital y el espacio virtual.

La construcción de la identidad territorial de la generación digital en Panamá se ve influida de manera fundamental por la cultura digital. Esta cultura se manifiesta en la manera en que los jóvenes consumen información, interactúan en línea y participan en comunidades virtuales. A través de las redes sociales, la generación digital comparte sus experiencias, ideas y opiniones sobre su entorno y su identidad territorial, incluso aprendiendo a respetar las ideas de los demás. La cultura digital también ha propiciado el surgimiento de nuevas formas de expresión artística y creativa que reflejan

la interacción entre lo local y lo global. Los jóvenes utilizan las redes sociales y plataformas en línea para expresar su identidad territorial de manera única y auténtica.

La aparición de la generación digital y su influencia en la sociedad constituyen un acontecimiento de gran relevancia que ha suscitado interés en múltiples ámbitos. El análisis de esta generación resulta esencial para comprender de qué manera los cambios históricos, tecnológicos y culturales han configurado sus valores, comportamientos y su vínculo con su entorno territorial.

4. Cuestión Metodológica

El estudio realizado en Panamá sobre la generación digital se centra en analizar diversas dimensiones, utilizando un instrumento de 130 preguntas que ha sido elaborado, validado, aplicado y procesado por el Instituto de Estudios Nacionales de la Universidad de Panamá, en colaboración con el apoyo de la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT). El objetivo principal es describir a la generación digital en Panamá a través de la recopilación y análisis de datos sociodemográficos, así como su acceso y uso de la tecnología, su identidad y sentido de pertenencia en la sociedad. Para llevar a cabo esta investigación, se han utilizado diversas fases metodológicas, que se describen a continuación:

4.2. Procedimientos

A partir de la frecuencia en el acceso a Internet, correo electrónico, redes sociales y actividades recreativas en línea, se creó la variable "generación digital" para clasificar a los participantes en tres grupos: conectados digitalmente (uso diario), conectados ocasionalmente y desconectados digitalmente.

La dimensión de identidad como valor se desglosó en tres categorías: tolerancia, solidaridad y cohesión social, y respeto a la naturaleza. Cada una de estas dimensiones se evaluó a través de reactivos específicos.

- Tolerancia: Incluye preguntas sobre temas como el matrimonio igualitario, legalización de la marihuana, trato a la población migrante, igualdad de género y tolerancia religiosa.

- **Solidaridad y cohesión social:** Se relaciona con la participación en labores altruistas, como campañas de donación, asociaciones protectoras de animales, pago de impuestos y trabajo voluntario.
- **Respeto a la Naturaleza:** Evalúa el interés de los participantes en participar y apoyar jornadas en defensa y protección del medio ambiente.

El sentido de pertenencia se evaluó a través de tres dimensiones: valores nacionales, familia y tradición, y ciudadanía y justicia social. Cada una de estas dimensiones se midió mediante preguntas específicas.

- **Valores nacionales:** Incluye preguntas relacionadas con la defensa del país, admiración por los héroes nacionales y otros aspectos relacionados con la identidad nacional.
- **Familia y tradición:** Evalúa la influencia de la familia en las costumbres, la importancia de las celebraciones familiares y elementos culturales como la música y la gastronomía.
- **Ciudadanía y justicia social:** Se refiere a la identificación con partidos políticos y sindicatos, el ejercicio del derecho al voto y el papel del Estado en la resolución de problemas.

Adicionalmente, se llevaron a cabo pruebas estadísticas T y análisis de la varianza (ANOVA) con el propósito de comparar las diferencias en las medias entre los grupos que representan la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia. Estas pruebas se emplearon para evaluar si existen diferencias significativas entre los grupos en términos de sus puntuaciones promedio en las variables de interés.

En el caso de la prueba T, se espera que esta permita determinar si hay diferencias estadísticamente significativas entre las medias de dos grupos independientes, es decir, si los puntajes medios de la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia difieren de manera significativa.

Por su parte, el análisis de la varianza (ANOVA) se utiliza para comparar las medias de tres o más grupos independientes. En este contexto, se espera que el ANOVA nos proporcione información

sobre si hay diferencias significativas en las medias entre los grupos de la generación digital y la identidad como valor general y sentido de pertenencia.

Resultados

5.1. Características sociodemográficas de la población de estudio

Esta investigación abarcó a nivel nacional y se enfocó en una muestra representativa de 384 individuos con edades comprendidas entre los 18 y 30 años, arrojando un promedio de edad de 24 años. En términos de distribución geográfica, se evidencia una marcada concentración en el distrito de Panamá, donde reside el 41.9% de la muestra. Este hallazgo sugiere que la capital del país actúa como un polo de atracción para la población joven, posiblemente debido a la disponibilidad de oportunidades educativas y laborales.

Tabla 1

Población encuestada por distrito de residencia

	Frecuencia	Porcentaje
Penonomé.	14	3.6
Colón	38	9.9
David	25	6.5
Pinogana	3	0.8
Panamá	161	41.9
San Miguelito	57	14.8
Arraiján	40	10.5
La Chorrera	29	7.6
Santiago	17	4.4
	384	100

Fuente: Encuesta a población millennials en Panamá.

Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

San Miguelito, Colón y Arraiján también son distritos destacados, con un 14.8%, 9.9% y 10.4% de la muestra. Esto refleja una dispersión geográfica significativa y puede tener implicaciones importantes para la planificación regional y el desarrollo económico. La selección de la muestra

evidencia igualdad entre sexos (192 hombres y 192 mujeres). Esta distribución es relevante y sugiere una representación balanceada de ambos sexos en la población de 18 a 30 años en el país.

En cuanto al estado civil, se observa que la mayoría de los entrevistados se identificaron como solteros (69.8%), seguidos de aquellos que se consideran unidos (21.9%). Es interesante notar que solo un porcentaje relativamente pequeño indicó ser casados, separados de matrimonio, separados de unión o divorciados. Estos datos sugieren que la población joven en Panamá tiende a tener relaciones de pareja menos formales en esta etapa de sus vidas. Además, la media de hijos por entrevistado es 1.64, lo que indica que la mayoría de los encuestados tienen menos de dos hijos, lo que puede relacionarse con la proporción de personas solteras.

Con respecto a la educación, los resultados revelan un espectro educativo diverso dentro de la muestra. La mayoría de los entrevistados han alcanzado al menos la educación media (52.3%) o la educación superior no universitaria (6.8%). Sin embargo, es alentador observar que un porcentaje significativo tiene una licenciatura (29.4%) o una maestría (1.3%). Esto indica que la población joven de Panamá está invirtiendo en su educación superior, lo que puede tener implicaciones positivas para el desarrollo del país y la competencia en el mercado laboral.

El análisis de la auto-identificación étnica la data reveló que el 40.9% entre los participantes se considera afrodescendiente, este resultado indica una presencia significativa de raíces culturales y étnicas relacionadas con la diáspora africana en la población encuestada; en segundo lugar, el grupo mestizo, con un 37.2%. Esta categoría sugiere una combinación de herencias étnicas, lo que refleja la diversidad y mestizaje cultural en Panamá.

Tabla 2*Población encuestada por grupo étnico*

GRUPO ÉTNICO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
INDÍGENA	25	6,5
Guna	6	1,6
Ngäbe	12	3,1
Buglé	3	,8
Naso	1	,3
Emberá	3	,8
AFRODESCENDIENTE	157	40,9
Afropanameño(a)	51	13,3
Moreno(a)	51	13,3
Culiso(a)	44	11,5
Negro(a)	6	1,6
Afrocolonial	2	,5
Afroantillano(a)	2	,5
Afroamericano	1	,3
Mestizo	143	37,2
CAUCÁSICO	8	2,1
NINGUNO	51	13,3
TOTAL	384	100,0

Fuente: Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Un dato interesante es la proporción considerable del 13.3% que optaron por no identificarse con ningún grupo étnico específico. Esto puede indicar diversas razones, como la autopercepción de una identidad múltiple o la preferencia por no ser definido por categorías étnicas. En contraste, los grupos étnicos indígena y caucásico tienen una representación mucho menor, con un 6.5% y un 2.1%, respectivamente, lo que sugiere una mayor diversidad en la identificación étnica entre los encuestados.

Con respecto a las creencias religiosas, los resultados muestran una diversidad religiosa en la muestra. La mayoría se identifica como católicos (50.8%) o evangélicos (31.0%). Sin embargo, es importante notar que una proporción considerable no se considera creyente (11.5%), lo que sugiere una creciente pluralidad de perspectivas religiosas y filosóficas en la sociedad joven de Panamá. Además, otras religiones también están representadas en menor medida, lo que subraya la multiculturalidad religiosa en el país.

En la generación digital de Panamá, se observa que el uso de teléfonos celulares constituye el principal medio para acceder a Internet, alcanzando un 97.9%. Este descubrimiento resalta la relevancia de los dispositivos móviles en la vida diaria de esta generación. Asimismo, resulta significativo que un 94.8% los utilice como la principal vía para conectarse a la red. La residencia sobresale como el lugar más frecuente para acceder a Internet, con un 85.2% de los encuestados prefiriendo este entorno. Este dato sugiere que la mayoría de la generación digital en los territorios analizados prefiere utilizar conexiones residenciales para su acceso a la web, ya que aproximadamente seis de cada diez encuestados eligen su hogar como el punto de conexión preferido.

En lo que respecta a la cantidad de tiempo dedicado al uso de Internet, se evidencia que un segmento significativo, específicamente el 33.9% de los encuestados, destina 11 horas o más al día a actividades en línea. Este dato resalta la relevancia e intensidad de la conexión a Internet en la vida cotidiana de esta generación, ya que dedican una parte considerable de su tiempo a estar conectados.

4.3. Población objeto de estudio

Con la información recopilada se agrupa en tres categorías distintas a la generación digital de Panamá (18 a 30 años) "conectados digitales", aquellos que utilizan la red de manera constante; los "conectados ocasional", quienes lo hacen de forma intermitente; y los "desconectados digitales", cuya conexión es sumamente limitada tanto en términos de acceso como de uso.

Tabla 3

Generación digital en Panamá. 2023

Generación digital	Frecuencia	Porcentaje
Desconectado digital	51	13.3
Cocentado ocasional	271	70.6
Conectados digitales	62	16.1
Total	384	100

FUENTE: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.



Nota: Se construyó la variable Generación digital, agrupándoles por tipos de acceso.

En lo que respecta a la naturaleza de su uso, es importante destacar que la generación digital de Panamá muestra diferencias significativas, según los datos proporcionados, en las cuatro plataformas principales: Instagram, TikTok, WhatsApp y YouTube.

En primer lugar, WhatsApp destaca con una puntuación media de 4.84, lo que indica un uso frecuente y generalizado de esta plataforma de mensajería. A continuación, le sigue Instagram, con una puntuación media de 4.46, lo que sugiere un uso también bastante frecuente. Es importante destacar que la varianza en el uso de Instagram es de 1.042, lo que indica que las respuestas en cuanto a su uso se distribuyen de manera relativamente uniforme alrededor de la media.

Por otro lado, YouTube tiene una puntuación media de 4.17, lo que señala un uso moderadamente frecuente de esta plataforma. En contraste, TikTok obtiene una puntuación media de 3.70, lo que indica un uso moderado en comparación con las otras plataformas. Además, la asimetría es de -0.744, lo que sugiere que las respuestas tienden menos hacia puntajes bajos en comparación con Instagram.

Los estadísticos revelaron notables diferencias en el uso de las redes sociales entre la generación digital en Panamá dentro de la población encuestada. WhatsApp destaca como la plataforma más utilizada, con una alta concentración de respuestas en puntajes altos. Por otro lado, TikTok y YouTube muestran una variabilidad y distribución más equitativa de las respuestas, mientras que Instagram presenta una distribución inclinada hacia puntajes bajos.

4.4. *Identidad como valor general*

En el amplio espectro de la generación de 18 a 30 años en Panamá, se entrelazan una serie de valores, creencias y actitudes para formar una imagen vibrante y compleja. Cada uno de estos elementos, como fragmentos individuales de un mosaico, revela una faceta de su identidad colectiva y sus pensamientos acerca de una variedad de temas fundamentales. La información recopilada señala notables disparidades en las opiniones; por ejemplo, en lo que respecta a la creencia en Dios, la puntuación promedio es de 3.69, indicando una diversidad de perspectivas, desde aquellos que consideran que la fe es esencial para ser un buen ciudadano hasta aquellos que sostienen lo contrario.

En contraste, cuando se trata del derecho al matrimonio igualitario y la legalización de la marihuana, se objetivan puntajes promedio más bajos de 2.37 en ambos casos. Esto indica que, en estos temas específicos, la generación digital de Panamá tiende a mostrar una menor aceptación o apoyo generalizado. Esta observación puede reflejar actitudes y valores arraigados en la sociedad panameña, donde estos temas pueden ser considerados más controversiales o menos aceptados en comparación con otros.

Sin embargo, la igualdad de género en el trabajo es un punto en común, con una puntuación promedio alta de 4.38. Esto sugiere que la mayoría de los millennials en Panamá valora la igualdad de oportunidades para hombres y mujeres en el ámbito laboral. Es interesante observar que temas como la disposición para ayudar a los necesitados, participar en campañas de donación de alimentos o asociaciones protectoras de animales, y defender a un desconocido en caso de peligro, obtienen puntajes promedio significativamente altos, indicando una inclinación hacia el altruismo y la solidaridad.

Tabla 4

Estadísticas descriptivas. Identidad como valor general

Preguntas.	Media	Desv. Desviación	Varianza
Considera que para ser un “buen ciudadano” es necesario creer en Dios	3,69	,301	1,692
Considera que se debería aprobar el derecho al matrimonio igualitario	2,37	,253	1,571
Considera que se debería legalizar el uso de la marihuana	2,37	,198	1,434
Considera que hombres y mujeres tienen el mismo derecho a trabajar fuera de casa	4,38	,762	0,58
Considera que Panamá debe ser un país hospitalario para la población migrante	3,66	,007	1,015
Considera que la pena de muerte se debe implementar en Panamá	3,23	,334	1,78

Considera que se le debe dar mayor preferencia a las personas con discapacidad sobre otras	4,21	,829	0,688
Estaría dispuesto a organizar campañas de donación de alimentos después de una catástrofe nacional	4,33	,653	0,426
Estaría dispuesto a participar en asociaciones protectoras de animales	4,19	,892	0,795
Defendería a un desconocido en el caso de una agresión a su vida	3,85	,899	0,809
Estaría dispuesto a pagar más impuestos para sufragar a los más necesitados	3,21	,111	1,234
Brindaría parte de su tiempo y/o dinero como voluntario(a) en organizaciones benéficas	3,82	,919	0,844
Estaría dispuesto a trabajar como voluntario/a o donar a albergues que no se relacionen con sus intereses personales	3,85	,882	0,778
Aceptaría ser donador de sangre u órganos a desconocidos	3,39	,318	1,737
Participaría con su tiempo en el saneamiento de una playa o río	4,06	,858	0,735
Apoyaría protestas en contra de las compañías que vierten químicos en la naturaleza	3,98	,941	0,885
Dejaría a un lado alguna actividad (como el fumar, consumir alcohol, conducir un auto propio) para proteger el ambiente	3,92	,938	0,879
Estaría dispuesto a participar en alguna actividad con fines de cuidar el ambiente	4,27	,659	0,434

N válido (por lista) 84

Fuente: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Para comparar la percepción de la identidad como principio y valor general en dos subgrupos

de la generación digital, específicamente denominados "Desconectado Digital" y "Conectados Digital". La hipótesis subyacente se formula de la siguiente manera: "Existe una diferencia significativa en la media de la percepción de la identidad como principio y valor general entre los grupos pertenecientes a la generación digital".

Para llevar a cabo este análisis, se recopilaron datos de dos grupos: "Desconectado Digital" (N = 51) y "Conectados Digital" (N = 62). Se midió la percepción de identidad como principio y valor general en ambos grupos y se registraron los siguientes estadísticos descriptivos: Para el grupo "Desconectado Digital" Media: 62.49; Desviación Estándar: 8.689; Desviación Estándar del Error Promedio: 1.217. Para el grupo "Conectados Digital": Media: 68.29; Desviación Estándar: 7.280; Desviación Estándar del Error Promedio: 0.925

Primero, se realizó una prueba de Levene para evaluar la igualdad de varianzas entre los dos grupos. La prueba arrojó un valor significativo ($p = 0.001$) cuando se asumieron varianzas iguales y un valor no significativo ($p = 0.974$) cuando no se asumieron varianzas iguales.

Tabla 5

Prueba de muestras independientes

		Prueba de Levene de igualdad de varianzas		Prueba t para la igualdad de medias		
		F	ig.	t	l	Sig. (bilateral)
Identidad como principio y valor general	Se asumen varianzas iguales	,001	974	-3,862	111	,000
	No se asumen varianzas iguales			-3,796	7,711	,000

Fuente: Procesado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Luego, se llevó a cabo una prueba t para la igualdad de medias en ambos grupos. Cuando se asumieron varianzas iguales, se obtuvo un valor de t de -3.862 con 111 grados de libertad y un valor de p

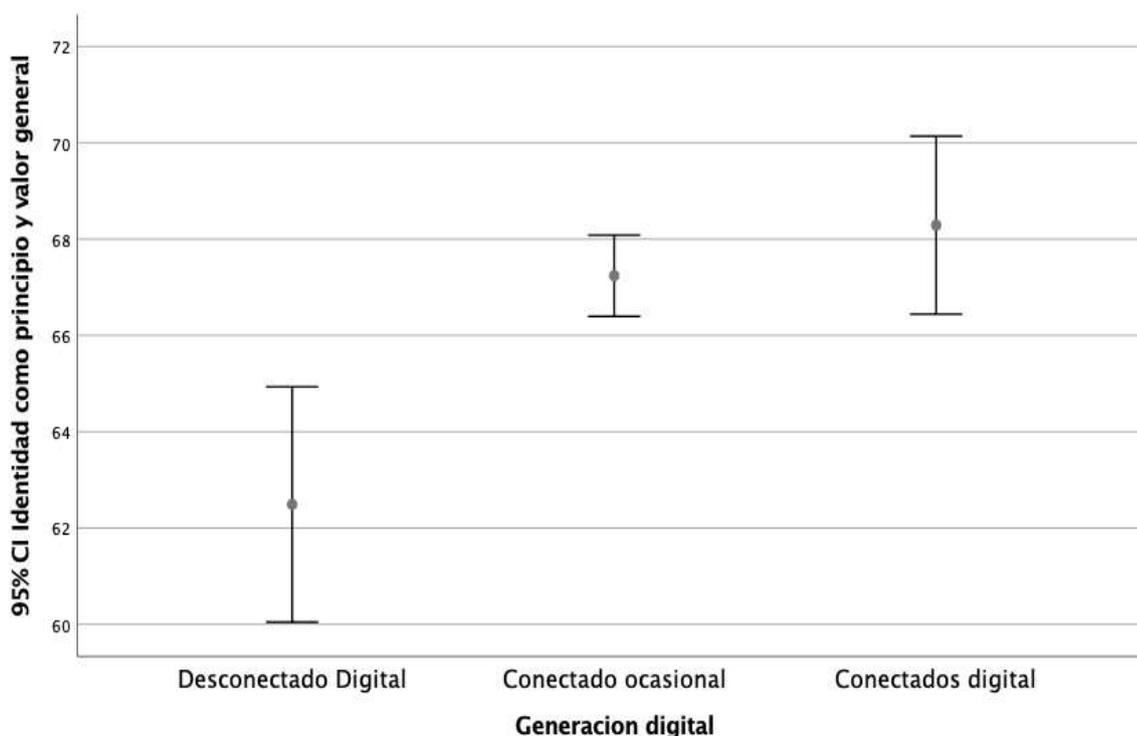
de 0.000, lo que indica una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos. La diferencia de medias estimada fue de -5.800, con un error estándar de 1.502 y un intervalo de confianza del 95% para la diferencia que oscila entre -8.777 y -2.824.

Cuando no se asumieron varianzas iguales, la prueba t también mostró una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos, con un valor de t de -3.796 y un valor de p de 0.000. La diferencia de medias estimada fue de -5.800, con un error estándar de 1.528 y un intervalo de confianza del 95% para la diferencia que oscila entre -8.833 y -2.768.

Los resultados de este estudio indican que existe una diferencia significativa en la percepción de identidad como principio y valor general entre los grupos de la generación digital "Desconectado Digital" y "Conectados Digital", independientemente de si se asumen o no varianzas iguales. Esto respalda la hipótesis de que la media entre estos grupos es diferente en cuanto a la identidad como valor.

Figura 2

Barra de error. Generación digital e identidad como valor general



Fuente: Procesado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

Un hallazgo importante es que existe una diferencia estadísticamente significativa en la percepción de la identidad como principio y valor general entre los dos grupos de la generación digital, los "Desconectados Digitales" y los "Conectados Digitales". Independientemente de si se asumen o no varianzas iguales, se encontró que los "Conectados Digitales" tienen una percepción significativamente más alta de la identidad como principio y valor general en comparación con los "Desconectados Digitales".

Los "Conectados Digitales" probablemente han crecido con una exposición constante a las redes sociales, la comunicación en línea y la exposición a una variedad de identidades digitales. Esto podría haber influido en su percepción de la identidad, haciéndola más fluida y adaptable, mientras que los "Desconectados Digitales" pueden tener una visión más arraigada y tradicional de la identidad, menos influenciada por las interacciones en línea.

Influencia de la tecnología en la identidad: La tecnología digital puede haber desempeñado un papel importante en la formación de la identidad de los "Conectados Digitales". La capacidad de crear perfiles en línea, interactuar con comunidades en línea y experimentar con diferentes aspectos de la personalidad en línea puede haber contribuido a una percepción más flexible y abierta de la identidad.

4.5. Sentido de pertenencia

Una visión general de las estadísticas descriptivas relacionadas con la identidad como sentido de pertenencia en el grupo de encuestados entre los 18 y 30 años. Evidencia que la mayoría de los encuestados (media de 3.96) estaría dispuesta a defender al país ante una agresión extranjera, lo que indica un sentido de patriotismo. También, muestran una alta admiración por los héroes nacionales (media de 3.92) y consideran necesario iniciar los actos deportivos con el himno nacional (media de 4.28). Además, una gran proporción colgaría la bandera nacional en su residencia o redes sociales (media de 4.2).

La disposición para participar en actividades de apoyo como voluntario(a) es alta (media de 4.16), lo que sugiere un compromiso cívico. La importancia de la familia es destacada, ya que consideran necesario pasar las fiestas de fin de año junto a la familia (media de 4.39) y creen que los problemas se superan mejor en familia (media de 4.14).

La mayoría prefiere la comida nacional a la de otro tipo (media de 4.06) y valora la música nacional de cualquier género (media de 3.26). Se identifican con su cultura, incluyendo el vestido, las costumbres y las tradiciones (media de 3.95). En cuanto a la participación política, la mayoría votaría en las próximas elecciones (media de 3.6). Sin embargo, la identificación con partidos políticos o asociaciones es relativamente baja (media de 1.89).

Tabla 6

Estadísticos descriptivos identidad como sentido de pertenencia en la generación digital de Panamá

Preguntas	Desv.			
	N	Media	Desviación	Varianza
1. Estaría dispuesto(a) a defender al país ante una agresión extranjera	384	3,96	0,989	0,977
2. Siente admiración por los héroes nacionales	384	3,92	0,997	0,994
3. Considera necesario iniciar los actos deportivos con el himno nacional	384	4,28	0,822	0,676
4. Colgaría en algún momento la bandera nacional en su residencia o redes sociales	384	4,2	0,919	0,845
5. Participaría en alguna actividad de apoyo como voluntario(a)	384	4,16	0,729	0,531
6. Considera que su familia influyó en su creencia religiosa y sus costumbres	384	3,87	1,268	1,609
7. Considera que las fiestas de fin de año se deben pasar junto a la familia	384	4,39	0,768	0,589
8. Considera que los problemas son mejor superarlos en familia	384	4,14	0,919	0,845
9. Regularmente prefiere la comida nacional a las de otro tipo	384	4,06	0,889	0,79
10. Considera a la música nacional de cualquier género como igual o superior a las extranjeras	384	3,26	1,069	1,143
11. Se identifica con su cultura: vestido, costumbres y tradiciones, etc.	384	3,95	0,959	0,919
12. Se identifica con algún partido o con otro tipo de asociaciones: ONG, sindicatos, etc.	384	1,89	1,041	1,083
13. Votaría en las próximas elecciones para presidente y otros cargos de elección popular	384	3,6	1,222	1,493
14. Considera que el Estado ofrece un sistema de salud de calidad para sus ciudadanos(as)	384	1,87	1,065	1,134
15. Considera que el Estado brinda una educación pública de calidad	384	2,01	1,088	1,183
16. Considera que el Estado promueve actividades que apoyan la generación de empleo	384	2,02	1,081	1,169
17. Participaría de alguna asamblea comunitaria que garantice el uso adecuado de fondos públicos	384	3,64	1,143	1,306
18. Considera que en Panamá la justicia es igual para todos/as	384	1,81	1,085	1,176

19.	Considera que en Panamá hay una justa distribución de la riqueza	384	1,72	0,964	0,93
20.	Considera que en Panamá hay igualdad de oportunidades para todos	384	1,87	1,052	1,106
21.	Considera que Panamá es el mejor país para vivir	384	3,29	1,236	1,528
	N válido (por lista)	384			

Fuente: elaborado a partir de Encuesta a población millennials en Panamá. Instituto de Estudios Nacionales-SENACYT. 2023.

La generación digital en Panamá muestra escepticismo en cuanto a la igualdad de oportunidades y la justicia en el país. La mayoría no considera que la justicia sea igual para todos y cree que no hay una justa distribución de la riqueza en el país. Aunque no todos los encuestados están convencidos de que Panamá es el mejor país para vivir, la mayoría tiene una percepción positiva (media de 3.29).

En cuanto al agrupamiento en dimensiones categoriales, aquellas que inducen a valores nacionales, se observa que el grupo conectado digital tiene la puntuación más alta, indicando una mayor identificación con los valores nacionales, seguido por el grupo Usuario Ocasional. El grupo Desconectado Digital obtiene la puntuación más baja en este factor. Con respecto a familia y tradición, el grupo conectado digital y usuario ocasional tienen puntuaciones similares, con una mayor identificación con la familia y la tradición. El grupo Desconectado Digital tiene una puntuación ligeramente más baja.

En el factor de "Ciudadanía," el grupo Conectado Digital obtiene la puntuación más alta, lo que sugiere un mayor sentido de pertenencia a la comunidad o sociedad en comparación con los otros grupos. El grupo Usuario Ocasional tiene una puntuación intermedia, y el grupo Desconectado Digital tiene la puntuación más baja en este factor.

Se midió el sentido de pertenencia en cada grupo y se realizaron análisis estadísticos para evaluar la relación entre la variable independiente (nivel de conectividad digital) y la variable dependiente (sentido de pertenencia). Los resultados se presentan en la siguiente a continuación.

Tabla 6*Estadísticos descriptivos, Nivel de conectividad y sentido de pertenencia*

Grupo	N	Media	Desv. Desviación	Desv. Error	95% IC para la Media	Mínimo	Máximo
Desconectado Digital	51	66.92	9.226	1.292	64.33 - 69.52	32	85
Conectado Ocasional	271	67.6	9.015	0.548	66.52 - 68.68	41	100
Conectados Digital	62	70	7.723	0.981	68.04 - 71.96	51	87
Total	384	67.9	8.877	0.453	67.01 - 68.79	32	100

Se realizó un análisis de varianza (ANOVA) para determinar si existen diferencias significativas entre los grupos en cuanto al sentido de pertenencia. Los resultados indican que no hay diferencias significativas entre los grupos en cuanto al sentido de pertenencia ($F(2, 381) = 2.215, p = 0.111$). Se llevaron a cabo pruebas de homogeneidad de varianzas para evaluar si las varianzas entre los grupos eran iguales. Todas las pruebas no mostraron diferencias significativas en las varianzas entre los grupos (todos los valores de $p > 0.05$).

Los resultados sugieren que no hay diferencias significativas en el sentido de pertenencia entre los tres grupos de conectividad digital. Contrariamente a la hipótesis inicial, no se encontró evidencia de que los participantes más conectados digitalmente tengan un mayor sentido de pertenencia en comparación con aquellos menos conectados.

Conclusiones

Este estudio de alcance nacional se enfocó en analizar una muestra representativa de 384 individuos, cuyas edades oscilan entre 18 y 30 años, presentando un promedio de edad de 24 años. La generación digital en Panamá, representada por la muestra analizada en este estudio, refleja una amalgama compleja de características demográficas, étnicas y digitales que moldean su identidad y perspectivas.

Al observar la distribución geográfica, se destaca una notable concentración en el distrito de Panamá, donde reside el 41.9% de la población objeto de estudio. La concentración significativa en el distrito de Panamá sugiere que la capital ejerce una atracción particular sobre esta generación, posiblemente por las oportunidades educativas y laborales que ofrece, aunque también plantea interrogantes sobre la equidad geográfica en términos de acceso a estas oportunidades en otras regiones del país.

La muestra se presenta equitativamente dividida entre hombres y mujeres, con 192 individuos de cada género. En relación con el estado civil, la mayoría se autodefine como soltera, abarcando el 69.8%, seguido de aquellos que se consideran unidos, representando el 21.9%. Cabe destacar que la media de hijos por entrevistado es de 1.64, indicando que la mayoría de los encuestados tienen menos de dos hijos, situación que podría estar vinculada con la predominancia de personas solteras en la muestra.

En lo concerniente a la identificación étnica, el 40.9% de los participantes se considera afrodescendiente, seguido por el grupo mestizo con un 37.2%. Resulta relevante señalar que un 13.3% optó por no identificarse con ningún grupo étnico específico. Los grupos étnicos indígena y caucásico presentan una representación significativamente menor, con un 6.5% y un 2.1%, respectivamente. La diversidad étnica dentro de esta generación es evidente, con una representación significativa de afrodescendientes y mestizos. La decisión de un porcentaje notable de no identificarse con un grupo étnico específico subraya la complejidad y la fluidez de las identidades en esta generación. Este aspecto puede reflejar una búsqueda de identidad más allá de las categorías étnicas tradicionales.

La conectividad digital emerge como un elemento central en la vida de esta generación, con un uso predominante de teléfonos móviles para acceder a Internet. Además, se evidencia que la mayoría de los encuestados dedica una cantidad sustancial de tiempo a actividades en línea, resaltando la relevancia de Internet en sus rutinas cotidianas. La influencia positiva de esta conexión digital se manifiesta en actitudes como tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza. Sin embargo, es crucial abordar las posibles disparidades en el acceso y la competencia digital, ya que no todos los segmentos de la población pueden experimentar los mismos beneficios.

Desde una perspectiva identitaria, se observa una inclinación hacia mayor tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza entre aquellos individuos más vinculados digitalmente. Estos

resultados sugieren que la conexión digital puede tener un impacto significativo en las actitudes y valores de las personas en estas dimensiones.

En cuanto al sentido de pertenencia, la fuerte identificación con valores nacionales y la importancia otorgada a la familia y las tradiciones resaltan la conexión emocional de esta generación con su país. Sin embargo, el escepticismo en relación con la igualdad de oportunidades y la justicia sugiere un reconocimiento crítico de los desafíos sociales y económicos existentes. Estas percepciones, al ser analizadas desde una perspectiva más formal, revelan la complejidad de la identidad de esta generación, donde factores demográficos, étnicos y digitales interactúan de manera significativa.

En relación con la cuestión ambiental, la identidad territorial de los encuestados muestra una tendencia hacia la tolerancia, solidaridad y respeto hacia la naturaleza. Esta base de valores arraigados podría proporcionar un fundamento sólido para la conciencia ambiental. Los encuestados que se identifican con valores nacionales, la familia y las tradiciones también podrían ver la protección del medio ambiente como una extensión natural de estos principios.

Dado que la generación digital utiliza predominantemente dispositivos móviles para acceder a Internet y dedica una cantidad significativa de tiempo en línea, este medio digital podría ser una plataforma efectiva para promover el activismo ambiental. La conexión digital facilita la difusión de información, la organización de movimientos y la participación activa en campañas ambientales a través de las redes sociales.

El escepticismo en relación con la igualdad de oportunidades y la justicia en el país podría extenderse a una sensibilidad crítica hacia los desafíos ambientales. Los encuestados podrían ver la degradación del medio ambiente como un problema injusto y desigual que requiere atención y acción.

La combinación de valores arraigados en la identidad territorial y la exposición a través de la conexión digital a problemas ambientales globales podría motivar a la generación digital a adoptar perspectivas y prácticas más sostenibles a nivel local e internacional.

En resumen, la identidad y los valores observados en la generación digital de Panamá podrían estar estrechamente vinculados al activismo ambiental, proporcionando una base sólida para la conciencia y la acción en torno a problemas ambientales locales y globales. Recientemente, durante el

conflicto minero la conexión digital, en particular ha resultado ser un canal efectivo para la expresión y movilización de estas preocupaciones. Un fenómeno que merece ser estudiado con más profundidad.

Finalmente, la generación digital en Panamá se presenta como una cohorte diversa y dinámica, influenciada por una combinación de factores demográficos, étnicos y digitales. Este panorama apunta a la necesidad de políticas inclusivas que aborden las disparidades geográficas y digitales, al tiempo que fomentan un diálogo abierto sobre las preocupaciones sociales y económicas planteadas por esta generación.

Referencias bibliográficas

- Anderson, B. (2021). Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. Fondo de cultura económica.
- Aponte Garcia, G. (2003). Paisaje e identidad cultural. *Tabula Rasa*, 153-164.
- Barón, S. B. V., Mendoza, A. R. R., & Figueroa, M. A. B. (2022). Compromiso político de los jóvenes Millenials. *Espacios Públicos*, 23(58).
- Barrera, A. G. S., Contreras, F. G., & Marañón, F. (2022). Representación del Millennial en Latinoamérica. Elementos preliminares que definen a una generación. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (97), 154-171.
- Bleichmar, Silvia. (2014). "Las Nuevas Tecnologías y la Subjetividad."
- Calvin Venero, Claudia. (2018). "Los Millennials y la Sexualidad."
- Córdoba Mendoza, P. A., Roquebert León, J. L., Ortiz, V., & González R, A. F. (2022). La covid-19 en la universidad de panamá: desigualdades de género y territorio entre estudiantes. *Cátedra*, (19), 40–53. Recuperado a partir de <https://revistas.up.ac.pa/index.php/catedra/article/view/2967>
- Flores-Goncalves, Maria. (2019). "Millennials and Diverse Populations."
- Gimenez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural. *Trayectorias*, vol. VII, núm. 17, 8-24.
- Harvey, D. (2000). Cosmopolitanism and the banality of geographical evils. *Public culture*, 12(2), 529-564.
- Howe, Neil y Strauss, William. (1991). "Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069."
- Miñana Blasco, C. (2008). MÚSICA Y FIESTA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL TERRITORIO NASA (COLOMBIA). *Revista colombiana de antropología* vol.44 no.1 , 123-155.
- Nunes dos Santos, C. (2007). La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible. *Estudios y perspectivas en turismo*, 234-242.

- Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. Tabanque. Revista Pedagógica, (31), 244-262.
- Peñalosa Otero, M. E., & López Celis, D. M. (2016). La generación de los millennials frente al consumo socialmente responsable.
- Pew Research Center. (2014). "Millennials in Adulthood: Detached from Institutions, Networked with Friends."
- Piscitelli, Alejandro. (2009). "Nativos Digitales."
- Tamayo, E. L. (2011). Consolidación de las redes sociales en Latinoamérica. Comunicación, (28), 145-152.
- Tapscott, Don. (2008). "Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World."
- Twenge, Jean M. (2006). "Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled – and More Miserable Than Ever Before."

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

Seguimiento de graduados: niveles de satisfacción respecto a las competencias adquiridas y el entorno universitario de la Universidad Técnica de Babahoyo Extensión Quevedo

Follow-up of graduates: levels of satisfaction regarding acquired skills and the university environment of the Technical University of Babahoyo Extension Quevedo

Luis Andrade-Alcívar

Universidad Técnica de Babahoyo. Extensión Quevedo. Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación. Ecuador
landrade@utb.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-3552-0669>

Alexandra Torres-Navarrete

Universidad Técnica de Babahoyo. Extensión Quevedo. Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación. Ecuador
rtorresm@utb.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-0488-6764>

Cecilia Dahik

Universidad Técnica de Babahoyo. Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación. Ecuador.
cdahik@utb.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0001-5872-7948>

Francisco Bustamante-Piguave

Universidad Técnica de Babahoyo. Extensión Quevedo. Facultad de Ciencias Jurídicas Sociales y de la Educación. Ecuador.
fbustamante@utb.edu.ec

 <https://orcid.org/0000-0002-0816-2886>

Recibido: 12/11/2023

Aceptado: 27/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4816>

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo es conocer como el seguimiento a graduados se constituye en ese vínculo entre las universidades y la sociedad. Para ello se encuestó 73 graduados de las carreras de Comunicación Social Hotelería y Turismo de la Universidad Técnica de Babahoyo – Extensión Quevedo, los cuales respondieron un cuestionario estructurado. Los resultados muestran que 57 de ellos son mujeres y 16 son

hombres. El 73% y 68% de las carreras de C.S y H&T provienen de las Provincia de Los Ríos. El promedio de notas obtenido es de 46.81% que califican como satisfactorio. En cuanto al dominio del habla inglés el 73% de ambas carreras tienen un nivel Medio. El 46% manifiesta estar satisfecho en cuanto a las competencias generales adquiridas. Igualmente, el 97% manifiestan estar satisfecho con el cuerpo docente y en relación con los servicios brindados el 80% dice estar muy satisfecho. El 90% no está laborando, y los que lo hacen el 57% es en empresa privada, realizando labores no relacionadas con su carrera en un 42%. El 69,86% dicen estar interesados en cursar maestrías. El 93,15% también indico que el proceso de vinculación cumple con sus expectativas; y el 89,04% coinciden que las prácticas pre-profesionales contribuyen a la posterior inserción laboral. Se concluye que los estudios de seguimiento a graduados es una herramienta fundamental para conocer de primera fuente, las necesidades y requisitos que demanda el mercado laboral como ente vinculante entre la sociedad y la universidad.

Palabras clave: Seguimiento a graduados, Comunicación Social, Hotelería y Turismo,

ABSTRACT

The objective of this work is to know how the follow-up of graduates constitutes this link between universities and society. For this, 73 graduates of the Social Communication, Hospitality and Tourism careers of the Technical University of Babahoyo - Quevedo Extension were surveyed, who answered a structured questionnaire. The results show that 57 of them are women and 16 are men. 73% and 68% of the C.S and H&T careers come from the Province of Los Ríos. The average grade obtained is 46.81%, which qualify as satisfactory. As for the English speaking domain, 73% of both careers have a Medium level. 46% state that they are satisfied with the general skills acquired. Similarly, 97% say they are satisfied with the teaching staff and in relation to the services provided, 80% say they are very satisfied. 90% are not working, and of those who do, 57% are in a private company, with 42% doing work not related to their career. 69.86% say they are interested in pursuing master's degrees. 93.15% also indicated that the linking process meets their expectations; and 89.04% agree that pre-professional practices contribute to subsequent job placement. It is concluded that the follow-up studies for graduates is a fundamental tool to know firsthand the needs and requirements demanded by the labor market as a binding entity between society and the university.

Key words: Follow-up to graduates, Social Communication, Hospitality and Tourism,

Introducción

Los estudios de seguimiento de graduados se convierten en un mecanismo para establecer una relación de doble vía entre la institución y los egresados y benefician a todas las partes interesadas, por cuanto su propósito es contribuir a mejorar la calidad de la educación, a fin de aportar a la solución de problemas en el campo laboral (Aldana de Becerra, Morales, Aldana, Sabogal, & Ospina, 2008). Este proceso hace posible conocer los requerimientos de formación y especialización de los nuevos profesionales hasta ubicarse en un cargo acorde al perfil de egreso del estudiante, al mismo tiempo provee de información que indique los elementos relevantes de la formación de la carrera.

Los logros post universitarios de los egresados son atribuidos en su mayor parte a la calidad de los planteles donde se educaron, si bien se acepta la incidencia de las condiciones individuales de cada

egresado (Cabrera & Weerts, 2003). El prestigio de una IES depende considerablemente del desempeño de sus egresados en la realidad laboral (Ruffinelli, 2009).

El sistema de seguimiento a graduados se lleva a cabo de acuerdo con lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior (LOES), cumple un papel primordial en las Instituciones de Educación Superior (IES), pues a partir de este proceso se puede evidenciar las fortalezas y debilidades de los graduados en su desarrollo profesional, analizar la relación entre las competencias adquiridas en la formación superior y las requeridas por los empleadores lo que además permite entender el mercado laboral. Este proceso de seguimiento a graduados se detalla:

Art. 142.- Sistema de Seguimiento a graduados. - Todas las instituciones del sistema de educación superior, pública y particular, deberán instrumentar un sistema de seguimiento a sus graduados y sus resultados serán remitidos para el conocimiento del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior.

Art. 48 numeral 14 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica de Babahoyo establece entre las atribuciones del Vicerrector Académico: “Presidir la Comisión de Seguimiento a Graduados y dirigir el sistema de Seguimiento a Graduados de la Universidad Técnica de Babahoyo, manteniendo una base de datos actualizada, cuyos resultados serán puestos en conocimiento al órgano Rector de la política Pública de la Educación Superior”.

En el reglamento interno de Seguimiento a Graduados el art. 3.- Naturaleza del Sistema indica que “El Sistema de Seguimiento a Graduados es el conjunto de políticas, normas, métodos y procedimientos orientados a conocer el desempeño profesional de los graduados y establecer la pertinencia de los contenidos y competencias establecidas en las mallas curriculares de las carreras y programas de la UTB, frente a los requerimientos teóricos - prácticos del ejercicio profesional”.

Art. 4.- Fines del Sistema. –

- a) Conocer el desempeño de los graduados en el mundo laboral y de libre ejercicio profesional;
- b) Establecer la pertinencia de cada una de las Carreras;
- c) Mejorar la calidad de la malla curricular de las Carreras;
- d) Fortalecer el sistema de información de la UTB con el aporte de la base de datos completa, exacta, oportuna y asequible de los graduados de todas las Carreras, por cada una de las sedes, extensión y centros de apoyo;
- e) Proponer y actualizar políticas, normativas y procedimientos formales que se apliquen para el monitoreo periódico de los graduados de todas las Carreras y programas;

- f) Mantener una articulación con los graduados mediante el impulso de programas de educación continúa avanzada;
- g) Determinar los lineamientos para fomentar la vinculación de los graduados a la Universidad a través de un proceso de seguimiento.

Art. 7.- **Ámbito.** - El Sistema de Seguimiento a Graduados, constituye un instrumento para la gestión y evaluación de la calidad académica en la formación profesional, que procura ofrecer indicadores que faciliten el diseño de planes de estudio ajustados a las demandas y requerimientos del desarrollo nacional, regional y local, atendiendo a las competencias demandadas en el desempeño del perfil profesional de cada carrera.

Como resultado del acelerado avance en el conocimiento, los programas de tercer nivel han sido rebasados y en la actualidad podrían no estar acorde a las necesidades del mercado laboral. Uno de los grandes problemas es el tiempo que transcurre desde que el estudiante inicia el estudio de un programa de tercer nivel hasta que lo termina; para cuando esto sucede, las condiciones del país, del mercado y del conocimiento técnico han *cambiado* y son obsoletos.

Ante tal situación, es preciso realizar estudios de seguimiento a graduados para retroalimentar los programas académicos y ajustarlos a las necesidades del mercado laboral. El seguimiento a graduados permite obtener información actualizada de los principales usuarios de las IES, información indispensable para la correcta implementación de los planes de estudio para que sean pertinentes a las demandas de la sociedad.

Con este estudio a los graduados, se busca sentar las bases de un sistema permanente de seguimiento a graduados, a efecto de contar con información actualizada de la relación entre el mercado laboral y la educación universitaria, así como también evaluar la pertinencia de la formación profesional que se brinda en las diferentes Carreras de esta Facultad.

Además de conocer el grado de satisfacción de los graduados respecto a la formación profesional recibida, su identidad con la Institución, y el proceso del desarrollo de vínculo con la sociedad. Conocer las aspiraciones de estudios académicos superiores de los graduados.

Materiales y métodos

Ubicación

La investigación se realizó a los graduados de la Universidad Técnica de Babahoyo. Extensión Quevedo, provincia de Los Ríos, de las carreras de Hotelería y Turismo y Comunicación Social cuya población es de 104, que iniciaron sus actividades académicas desde el 2016, que culminaron sus estudios en la promoción (mayo-septiembre 2021) y que provienen de diferentes provincias como Los Ríos, Guayas, Cotopaxi y Pichincha. La mayor cantidad pertenecen a los diferentes cantones de la provincia de los Ríos. (Figura 1).

Figura 1.

Distribución de las provincias del Ecuador de donde provienen los graduados de la UTB -Extensión Quevedo.



El proceso de seguimiento a graduados para la Universidad Técnica de Babahoyo representa una herramienta de medición de vital importancia, cuyo objetivo se enmarca en conocer las problemáticas que se les ha presentado a cada uno de los graduados en sus diferentes etapas de profesionalismo, durante su etapa de formación y experiencia profesional.

Enmarcados en este principio, como política de medición el Sistema de Seguimiento a Graduados ha establecido 4 tipos de encuestas, dirigidas a los graduados de hasta 5 períodos, siendo éstas SAG00 (Encuesta para estudiantes recién graduados) y SAG01, SAG03, SAG05 (Encuestas para graduados de 1 hasta 5 años de haber finalizado sus estudios en la IES).

Para el cumplimiento de las actividades el sistema de seguimiento a graduados se ha visto en la necesidad de incorporar a toda su estructura un sistema informático a fin de facilitar la recolección y procesamiento para la presentación de los respectivos informes por parte de las comisiones establecidas en cada una de las carreras, permitiendo así que la información levantada en cada uno de los procesos se encuentre centralizada y resguardada para los respectivos análisis que se puedan generar mejorando así la toma de decisiones.

Levantamiento de la información

La encuesta de diagnóstico SAG00 fue aplicada a los graduados a través del Sistema de Seguimiento a Graduados previa a la actualización de los datos que proporciona secretaria de las carreras de Comunicación Social (100%) y de Hotelería y Turismo (97%) de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación – Extensión Quevedo. En algunos casos se tuvo que contactar a los encuestados a través del correo electrónico como también vía telefónica para obtener la información.

Tabla 1.

Número de los encuestados de las diferentes carreras de la UTB – Extensión Quevedo

Carreras de la Extensión Quevedo	COMUNICACIÓN SOCIAL	HOTELERÍA Y TURISMO
Graduados	59	45
Muestra	80%	58%

Fuente

Estructura de las encuestas

La encuesta está estructurada con el fin de retroalimentar sistemáticamente los programas y/o estudios académicos del currículum, para mejorar la oferta de las carreras de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación – Extensión Quevedo, y se basa en los siguientes datos:

- Sección A: Información personal y familiar.
- Sección B: Competencias.
- Sección C: Situación Laboral.
- Sección D: Nivel de identidad con la institución de Educación Superior.

- Sección E: Vínculo.
- Sección F: Datos Fundamentales para el Seguimiento A Graduados.

Análisis e interpretación de los resultados

Siendo la investigación descriptiva, sólo se analizaron de forma específica y no detallada, los resultados encontrados que se lograron obtener a través de las encuestas aplicadas a los graduados de las carreras de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación – Extensión Quevedo.

Resultados

Las carreras de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y de la Educación – Extensión Quevedo, graduó en Comunicación Social 59 y Hotelería y Turismo 45, dando una población total de 104 estudiantes graduados, que registran el inicio sus actividades académicas desde el 2016 y culminaron sus estudios en la promoción (mayo – septiembre 2021) y que se encuestó en el periodo académico de Seguimiento a Graduados noviembre 2021 – abril 2022.

Tabla 2.

Graduados de las carreras de la UTB – Extensión Quevedo

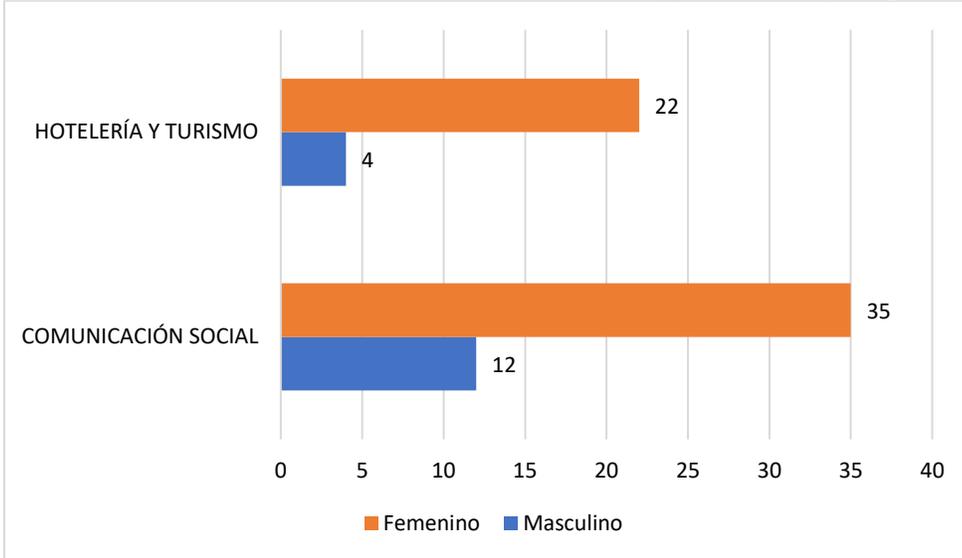
<i>Graduados</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Comunicación Social	59	57,00%
Hotelería y Turismo	45	43,00%
Total	104	100,00%

Fuente. Elaboración propia.

Del total de encuestados de la carrera de Hotelería y Turismo 22 son mujeres y 4 son hombre. Por otra parte, en la carrera de Comunicación Social, del total de encuestados 35 son mujeres y 12 hombre. (Figura 2). Todos los graduados son de nacionalidad ecuatoriana.

Figura 2.

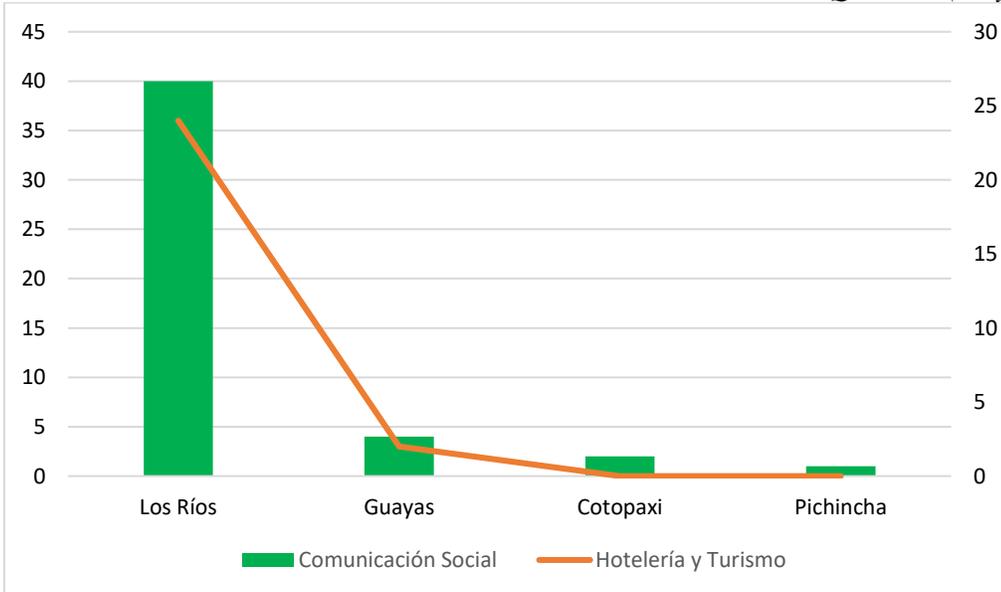
Graduados de las carreras de la UTB – Extensión Quevedo. Mayo-sept.2021



En cuanto al lugar de procedencia de los graduados, tanto en la carrera de HyT como de CS, el 73% de los graduados y 68% respectivamente, provienen de la provincia de Los Ríos. El 27% y 32% restante de la carrera de HyT y CS respectivamente provienen de otras provincias como Guayas, Esmeraldas, Pichincha, Francisco de Orellana, Tungurahua, Cotopaxi y Santo Domingo de los Tsáchilas. (Figura 3).

Figura 3.

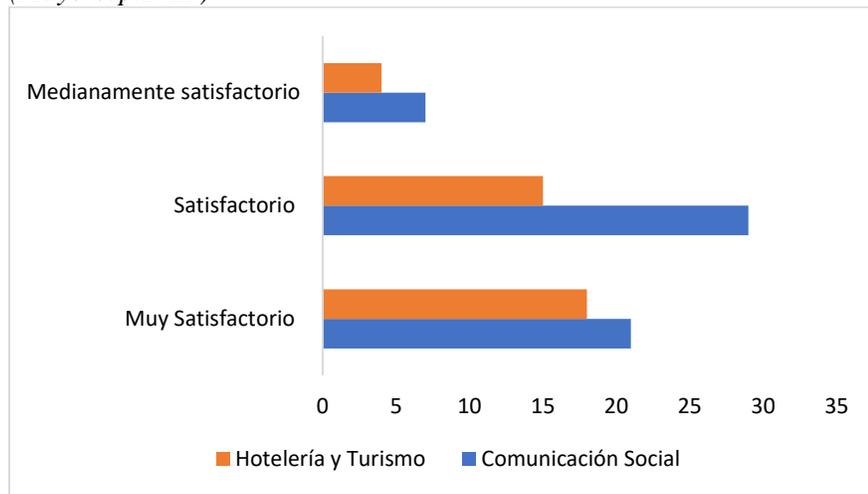
Procedencia de los Graduados de las carreras de la UTB – Extensión Quevedo. (Mayo-sep.2021)



En lo referente al promedio de notas obtenidos durante la carrera, el 41,49%, califican como muy satisfactoria, el 46,81% de los encuestados lo califican como satisfactorio y el 11,70% como medianamente satisfactorio. (Figura 4).

Figura 4.

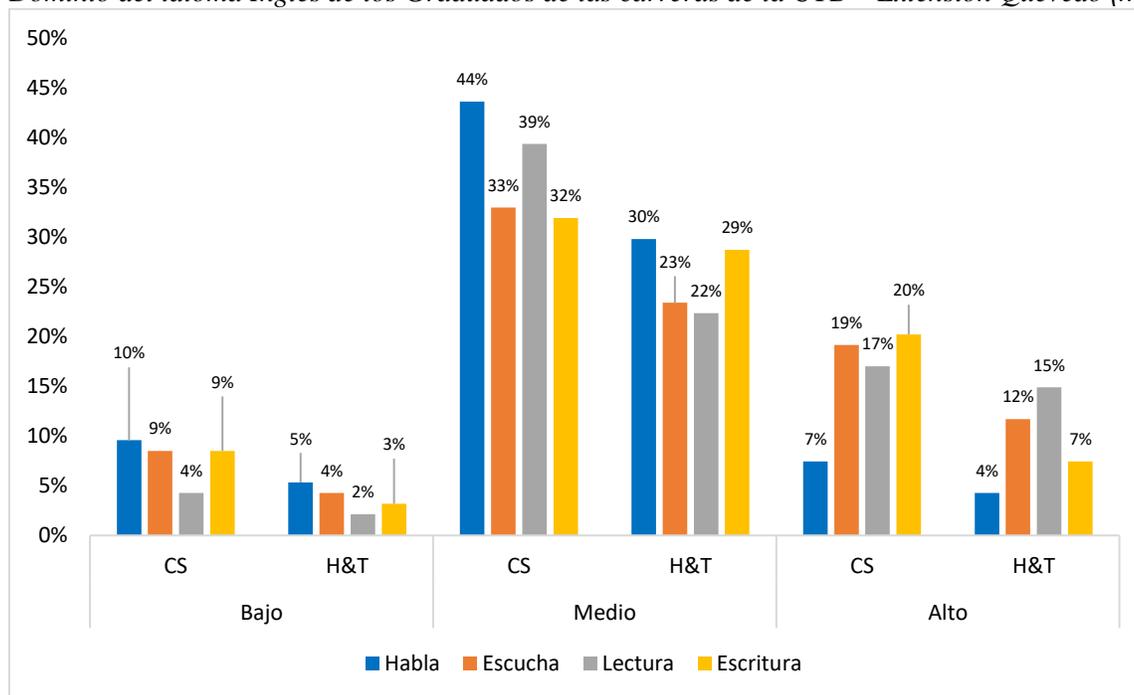
Nivel de satisfacción del promedio obtenido de los Graduados de las carreras de la UTB – Extensión Quevedo. (Mayo-sep.2021)



Los graduados también manifestaron en cuanto al dominio del idioma inglés, teniendo como resultado que en promedio el 73% entre ambas carreras tienen un nivel Medio de dominio del habla del idioma inglés; el 56% dominan un nivel Medio de escucha del idioma inglés y el 30% el dominio es alto. En lo referente a la lectura, el 62% domina en nivel medio la lectura del idioma inglés, mientras que el 32% tiene un dominio alto de la lectura del idioma inglés. Por último, en cuanto a la escritura el 60% indicaron que el nivel de escritura del idioma inglés es medio, en tanto que el 27% manifestó que el dominio de la escritura del idioma inglés está en nivel alto. (Figura 5).

Figura 5.

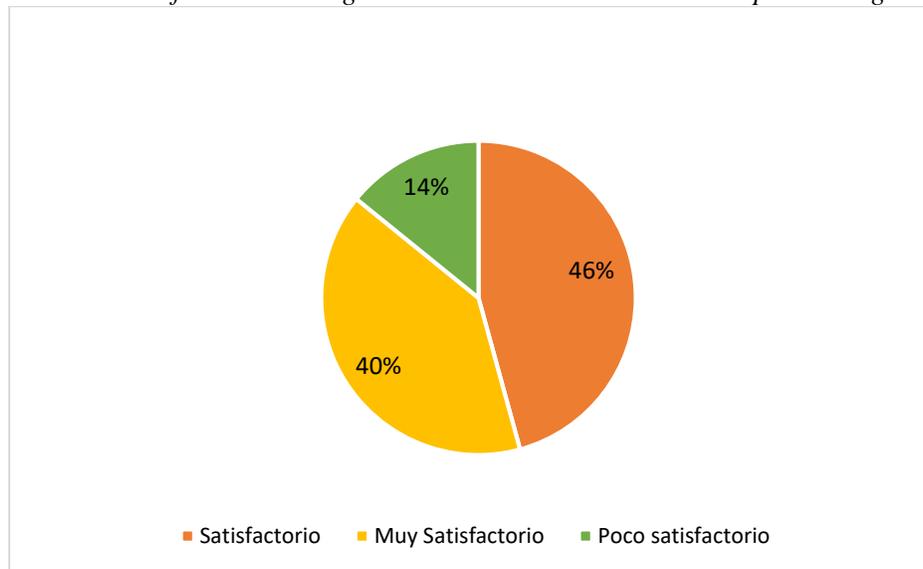
Dominio del idioma Inglés de los Graduados de las carreras de la UTB – Extensión Quevedo (mayo-sep.2021)



El nivel de satisfacción de los graduados de ambas carreras, con respecto al nivel de satisfacción las competencias generales recibidas (Comunicación oral y escrita, capacidad de análisis y síntesis, trabajo en equipo, capacidad de liderazgo, capacidad de resiliencia, gestión de la información, ética y respeto por el ambiente), resaltan la opción de “satisfactorio” con el 44,60% y “muy satisfactorio” con el 39,01%, siendo un indicador también positivo, mientras que el 13,8% califico de poco satisfactorio. (Figura 6).

Figura 6.

Nivel de satisfacción de los graduados en relación con las competencias generales adquiridas. (mayo-sept.2021)

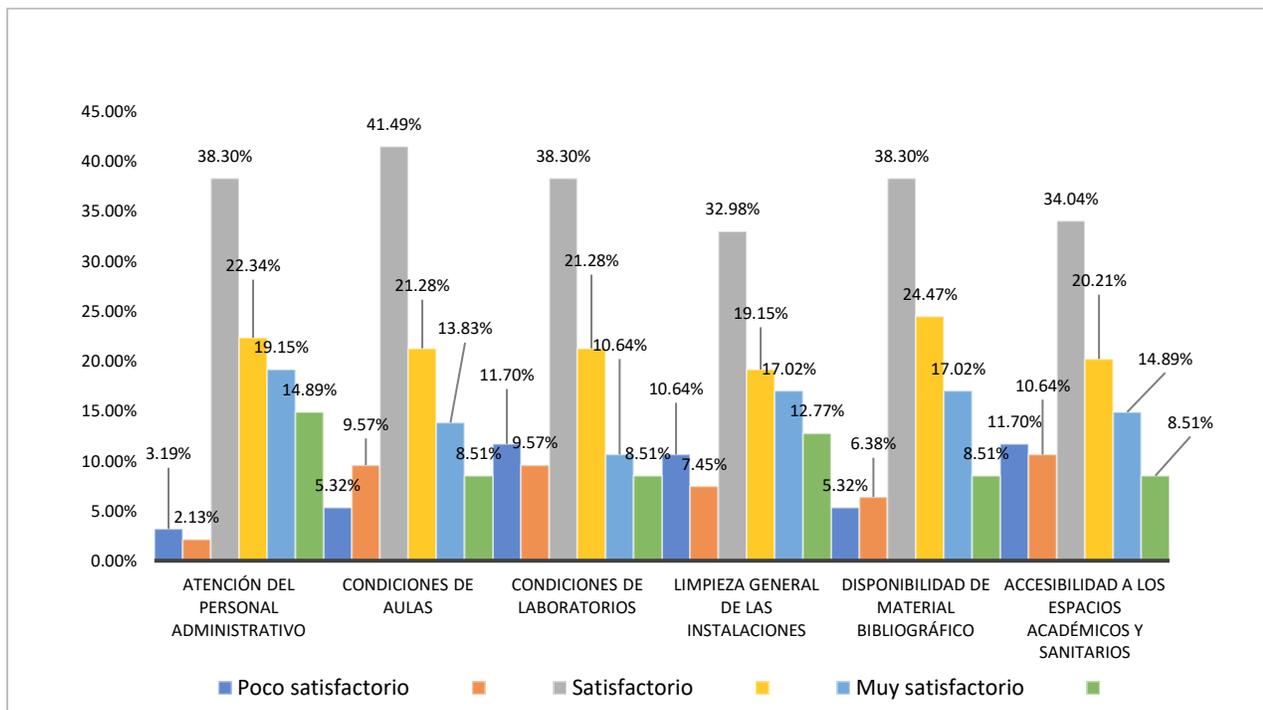


En cuanto al nivel de satisfacción que perciben los graduados con relación al cuerpo docente de las carreras, estos indicadores se ubican en el nivel de “satisfactorio” con el 97,07% de promedio en las competencias de: “conocimiento amplio y actualizado de las asignaturas”, “transferencia clara de los conocimientos”, “Capacidad para articular la teoría con la práctica profesional” y “Tutorías académicas”. (Tabla 3).

En relación con los servicios brindados se observa un porcentaje de aceptación “satisfactorio” y “muy satisfactorio” que supera el 80%, pero refleja que se debe mejorar ciertas condiciones de los laboratorios, la limpieza general de las instalaciones y la accesibilidad a los espacios académicos y sanitarios con el fin de garantizar la calidad de servicio a los estudiantes. (Figura 7).

Tabla 3.*Nivel de satisfacción de los graduados en relación con el cuerpo docente. (mayo-sept.2021)*

Competencias	Poco satisfactorio		Satisfactorio		Muy Satisfactorio	
	CS	H&T	CS	H&T	CS	H&T
Conocimiento amplio y actualizado de las asignaturas a su cargo.	1%	0%	63%	36%	0%	0%
Transferencia clara de los conocimientos.	1%	0%	63%	36%	0%	0%
Capacidad para articular la teoría con la práctica profesional.	3%	1%	62%	34%	0%	0%
Tutorías académicas.	4%	1%	60%	34%	0%	0%
Total	2,40%	0,68%	61,99%	34,93%	0,00%	0,00%

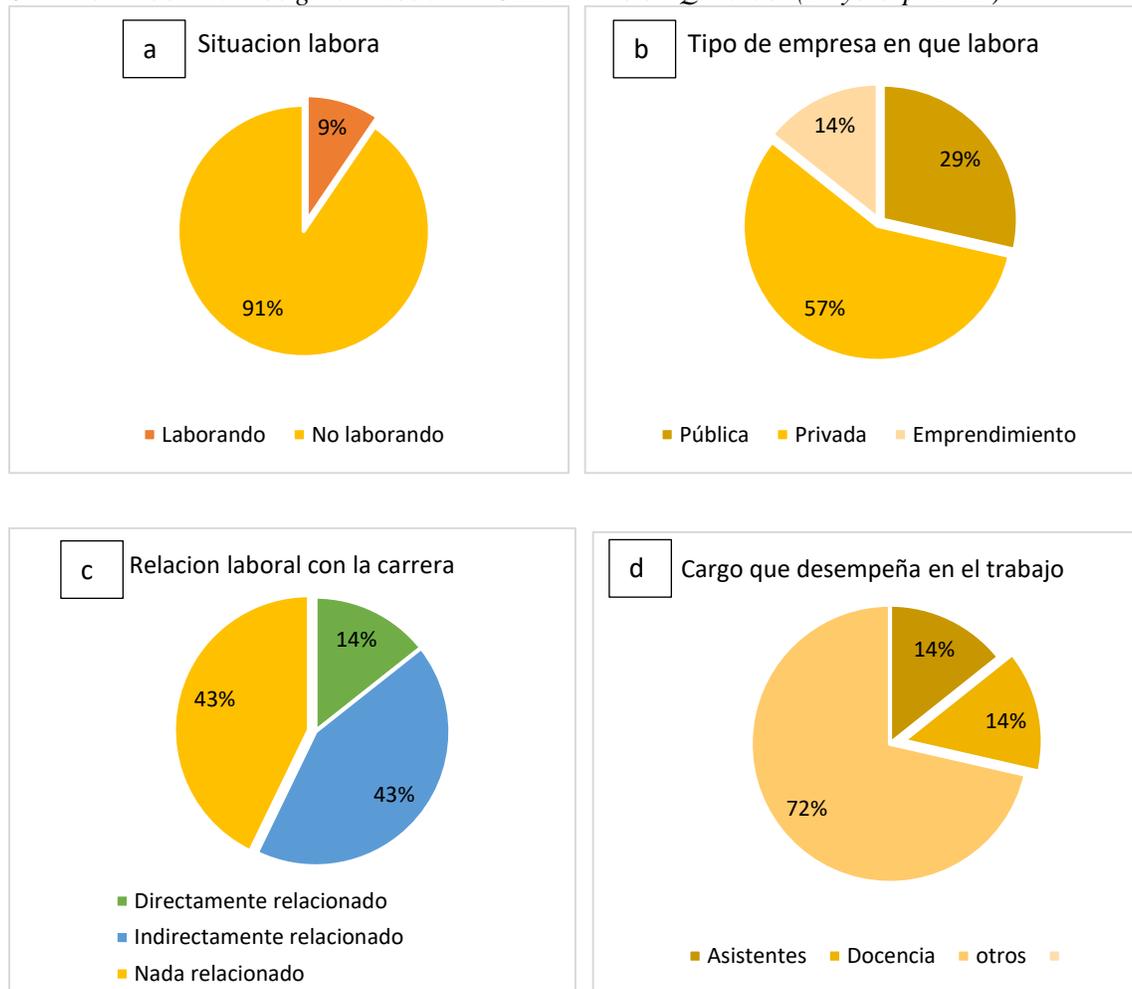
Figura 7.*Nivel de satisfacción de los graduados en relación con los servicios que presta la UTB -Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)*

En cuanto a la relación laboral de los graduados, tenemos que el 90,4 % de los graduados no se encuentran laborando al momento de realizar la encuesta; en tanto que un 9,5% se encuentran laborando. De este porcentaje, el sector privado alberga el 57,14%, de los empleados, el sector publico 28,57% y

emprendimientos propios 14,29%. Con relación al cargo que desempeñan el 14,29% de los encuestados respondieron que sus actividades están directamente relacionados a su perfil profesional; 42,86% indican que su cargo esta indirectamente relacionado con el título; y, el 42,86% indican que no está nada relacionado. Los cargos que ocupan principalmente son Asistentes con el 14,29%, docentes de instituciones de educación secundaria y primaria el 14,29%, y el 71,43% en otros tipos de cargos. (Figuras 8a, 8b, 8c, 8d).

Figura 8.

Situación laboral de los graduados de la UTB Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)



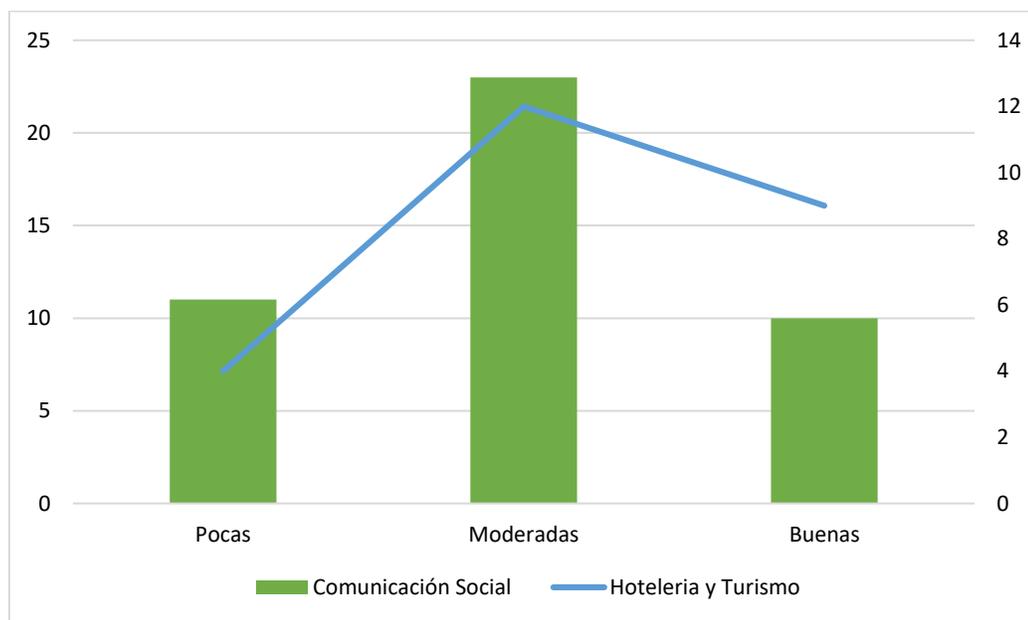
Con relación a las dificultades encontradas por los graduados en cuanto a la inserción laboral resaltan con el 60.27% que ‘no hay trabajo en la ciudad donde viven’ y un 12,33% se debe a la “carencia

de experiencia” y un 10,96% no encuentran un trabajo apropiado según su profesión. Entre los canales de búsqueda más efectivos para la inserción laboral de los graduados están las redes sociales con el 31,51%, Red socio empleo con el 27,40%, medios de comunicación con el 26,03 y otras bolsas de empleo con el 58,07%.

La percepción de los graduados respecto a las posibilidades laborales por ser graduados de la UTB son el 73,98% se encuentra entre moderadas y buenas. (Figura 9).

Figura 9.

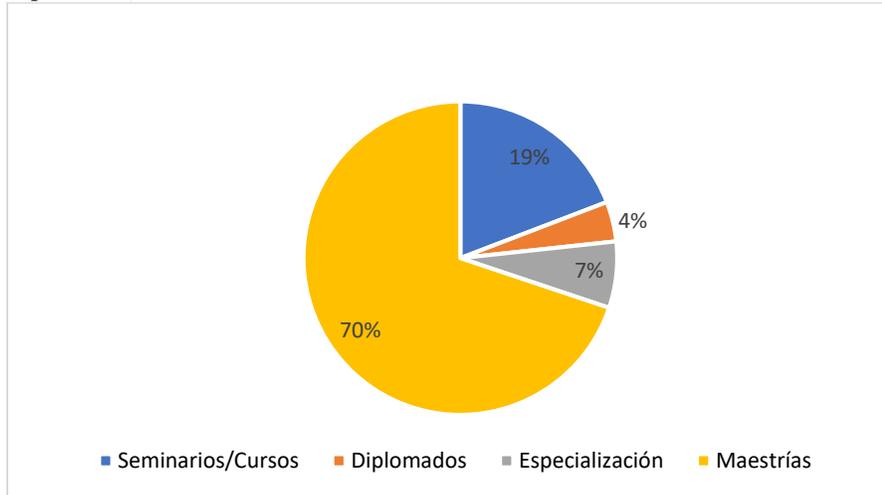
Percepción de los graduados de las posibilidades laborales por ser graduados de la UTB Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)



Respecto a los programas de estudio de interés por parte de los graduados el 69,86% dicen estar interesados en cursar maestrías, el 19,18%; seminarios o cursos (Figura 10). Y si recomendasen a los bachilleres a estudiar en la UTB Extensión Quevedo el 90% respondió que sí.

Figura 10.

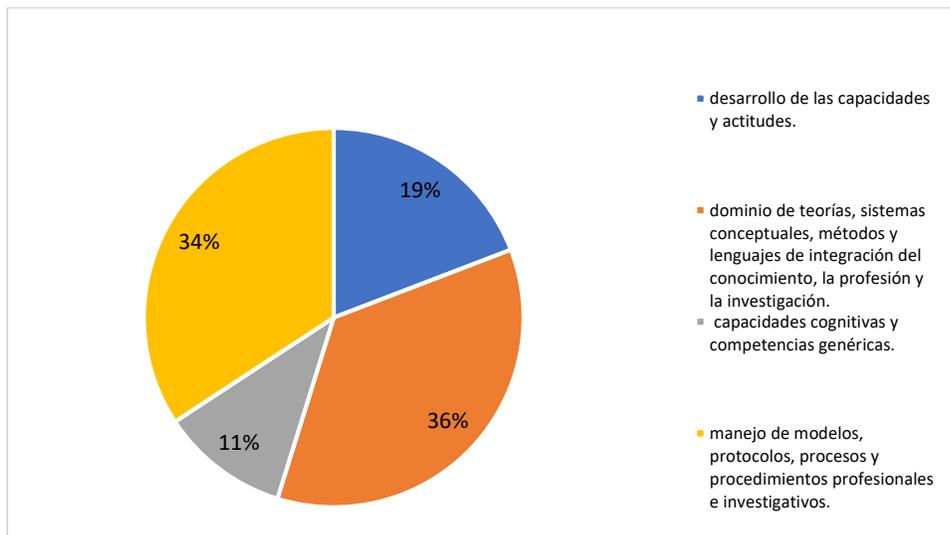
Capacitaciones de posgrado de interés para los graduados de la UTB Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)



La contribución del proceso de vinculación con la sociedad según los graduados encuestados contribuye 35,62% “con el dominio de teorías, sistemas conceptuales, métodos y lenguajes de integración del conocimiento”; 34,25% “con el manejo de modelos, protocolos y procedimientos profesionales e investigativos”; 19,18% “con el desarrollo de sus capacidades y actitudes”; y, 10,96% “con las capacidades cognitivas y competencias genéricas. (Figura 11).

Figura 11.

Contribución del proceso de vinculación con la sociedad según los graduados de la UTB Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)



Los encuestados también indicaron que el proceso de vinculación cumple el 93,15% con las expectativas de los proyectos ejecutados. Además, los graduados encuestados siguieron que estos proyectos sean enfocados principalmente en el trabajo comunitario y/o de voluntariado con el 60,27%, cultural y recreativo con el 26,03% y académicos con el 13,70%.

En el tema de destrezas adquiridas mediante el desarrollo de las prácticas pre-profesionales según los graduados encuestados el 89,04% coinciden que éstas actividades sí contribuyen para su perfil y posterior inserción laboral, entre las actividades que contribuyeron a la ejecución de los proyectos de prácticas preprofesionales con relación a las actividades de las IES se encuentran el “Fortalecimiento del perfil de egreso del estudiante” con el 52,05%, “generación de nuevos proyectos” con el 31,51% y “planteamiento de reformas a las mallas académicas” con el 16,44%. (Ver Figura 12).

Figura 12.

Destrezas adquiridas con las practicas pre profesionales, según los graduados de la UTB Extensión Quevedo. (mayo-sept.2021)



Conclusiones

Los estudios de seguimiento a graduados constituyen una herramienta fundamental para conocer de primera fuente, las necesidades y requisitos que demanda el mercado laboral como ente vinculante entre la sociedad y la universidad.

La institucionalización por parte de la Universidad al seguimiento a graduados es de gran importancia para una adecuada gestión universitaria; contribuyen a la toma de decisiones, mejoran la calidad del currículo y retroalimentan la pertinencia de los programas académicos de la Universidad.

Los estudios de seguimiento a graduados deben completar una serie de aspectos pertinentes de aspectos relacionados con las capacidades y competencias que requieren los empleadores para llenar las vacantes de cada puesto de trabajo. Del mismo modo, esa información debe permitir una respuesta enfocada en mejorar la calidad y el diseño de los planes de estudio en las universidades.

Los graduados deben ser participantes, colabores activos en los procesos de mejora continua del programa o carrera, pero también considerados como personas que necesitan apoyo de la Universidad para continuar con su desarrollo profesional mediante formación continua.

Referencias bibliográficas

- Aldana de Becerra, G., Morales, F., Aldana, J., Sabogal, F., & Ospina, A. (2008). Seguimiento a egresados. Su importancia para las Instituciones de Educación Superior. *Revista Teoría y Praxis Investigativa*, Vol. 3 (2) , 61-65
- Cabrera, A., & Weerts, D. (2003). Encuestas a egresados: fundamentos conceptuales en el seguimiento de egresados universitarios. Salamanca: Universidad de León.
- Cuenca, J., Ortega, J. (2015). El proceso de seguimiento a graduados en la actualización curricular de la carrera de ingeniería de sistemas de la Universidad Católica de Cuenca, sede Azogues. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación UPSE*. Volumen 3(3). pp 52-58.
- Fernández, G., Cuesta, P., Nina, D. (2016). Seguimiento a graduados. Un estudio sobre la satisfacción laboral. *Revista de Investigaciones Altoandinas*. Volumen 18 (2). pp 205-212.
- LOES, (2018). Ley Orgánica de Educación Superior. Consejo de Educación Superior del Ecuador. <https://www.ces.gob.ec/documentos/Normativa/LOES.pdf>

Pallaroso, R., Garcia,I. (2019). “Seguimiento a graduados: importancia y principales experiencias internacionales. Análisis del tópico en la República del Ecuador”, Revista Caribeña de Ciencias Sociales (julio 2019).

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/seguimiento-graduados-ecuador.html>
[//hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1907seguimiento-graduados-ecuador](https://hdl.handle.net/20.500.11763/caribe1907seguimiento-graduados-ecuador)

Ruffinelli, A. (2009). Círculo de segmentación del sistema educativo chileno: destino laboral de egresados de Pedagogía en Educación Básica. Revista Calidad Educativa, Vol. 31, recuperado de <http://biblioteca.uahurtado.cl/ujah/reduc/pdf/mfn232.pdf>.

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso



Estrategias de comunicación para las industrias creativas y culturales

Communication strategies for creative and cultural industries

Yitsel Alexandra Samudio

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social, Panamá

yitsel.samudio@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0009-0006-8524-9105>

Recibido: 24/10/2023

Aceptado: 26/08/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4817>

RESUMEN

Las Industrias Creativas y Culturales se han convertido en uno de los sectores pujantes que aportan al desarrollo de los países, activando una economía no tradicional basada en la creatividad, generando fuentes de empleo, competitividad y sustentabilidad. Esta es la motivación de estructurar un artículo que hace señalamientos puntuales sobre la revisión y el análisis de estudios que referencian la comunicación en las industrias creativas y culturales, presentando una perspectiva generalizada de la visibilidad y aspectos de estas actividades en un mercado sustentado en la génesis de los diferentes enfoques que se han manifestado en la evolución científica del tema. Se muestran resultados de investigaciones que destacan una serie de limitaciones que parten desde la falta de promoción, hasta la necesidad de establecer un plan de una comunicación efectiva para la ejecución de estrategias verdes. Para tales fines, se evalúa el crecimiento de las ofertas y actividades del sector que constantemente impacta la economía creativa. De esta manera el abordaje metodológico nos permitirá detectar, discutir y formular recomendaciones de estrategias de comunicación para las Industrias Creativas y Culturales, dentro del contexto panameño.

Palabras claves: Industrias Creativas y Culturales, economía creativa, comunicación, estrategia de comunicación, estrategia de comunicación aplicadas a las ICC.

ABSTRACT

The Creative and Cultural Industries have become one of the thriving sectors that contribute to the development of countries, activating a non-traditional economy based on creativity, generating sources of employment, competitiveness and sustainability. This is the motivation for structuring an article that makes specific points about the review and analysis of studies that reference communication in the creative and cultural industries, presenting a generalized perspective of the visibility and aspects of these activities in a market based on the genesis of the different approaches that have manifested themselves in the scientific evolution of the subject. Research results are shown that highlight a series of limitations that range from the lack of promotion to the need to establish an effective communication plan for the execution of green strategies. For these purposes, the growth of the offers and activities of the sector that constantly impacts the creative economy is evaluated. In this way, the methodological approach will allow us to detect, discuss and formulate recommendations for communication strategies for the Creative and Cultural Industries, within from the Panamanian context.

Keywords: Creative and Cultural Industries, creative economy, communication, communication strategy, communication strategy applied to CCI.

Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) define a las Industrias Creativas y Culturales (ICC) como: “Los sectores de actividad que tienen como objetivo principal la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial” (UNESCO, 2023). Sin embargo, a pesar de su relevancia de estas actividades, la ciudadanía panameña no está lo suficientemente familiarizada con el concepto y su impacto en la sociedad.

No se cuenta con modelos definidos para el desarrollo de las industrias creativas, aunque se viene trabajando en la integración de los diversos actores, asociaciones e instituciones que integran cada sector en subcomisiones desde la nueva Comisión de Industrias Creativas de la Cámara de Agricultura, Comercio e Industria de Panamá, desde donde se desarrolla en conjunto un plan de acción liderado por la Fundación Ciudad del Saber y el Banco de Interamericano de Desarrollo.

Este estudio se traza como objetivo hacer una revisión sobre las estrategias de comunicación para las ICC, no aspira a constituirse en un producto final, sino más bien, la base para estudios posteriores dada la importancia que se requiere para la formación y el perfeccionamiento de habilidades teóricas y técnicas, fundamentales para impulsar la creatividad y la innovación en la sociedad.

Este enfoque busca incrementar la conciencia y el entendimiento de las industrias creativas como un factor esencial en la construcción de ciudades y regiones creativas. También, estos aportes ofrecen una visión panorámica del desarrollo y la importancia de las industrias culturales y creativas en Panamá, analizando su definición, alcance, evolución global y adaptación al contexto panameño, así como su trayectoria, avances y desafíos en el país.

De igual manera, se examina el impacto económico que esta industria ofrece al país, enfocándose en su contribución al empleo y fortalecimiento de la identidad cultural. Por tanto, el contenido de este artículo de revisión identifica beneficios y oportunidades que ofrecen a las personas que se manejan en ese entorno y se reflexiona sobre el papel del sector público y privado en su desarrollo, proponiendo estrategias y políticas para su consolidación y expansión.

El objetivo es contribuir al conocimiento y difusión de estas industrias en Panamá, promoviendo el apoyo y participación ciudadana en este sector clave para el futuro de Panamá. De esta manera, el abordaje metodológico nos permitirá detectar, discutir y formular recomendaciones de estrategias de comunicación para las ICC.

Desde una perspectiva teórica y práctica, este estudio ofrece una valiosa visión de las industrias culturales y creativas en Panamá, identificando los principales sectores y subrayando la importancia del compromiso comunitario y las políticas públicas en su desarrollo. Además, se evidencian los desafíos persistentes en el sector, como la falta de políticas públicas específicas y la necesidad de inversión en capacitación y formación. Estos resultados pueden servir como guía útil para profesionales y responsables de la formulación de políticas interesados en impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Naturaleza y origen de las Industrias Creativas y Culturales ICC

Al indagar en la naturaleza y el origen de las Industrias Creativas y Culturales, se encuentra que fue una iniciativa muy específica de factores empresariales que proponen un contexto sociocultural en distintas sociedades.

Este fenómeno aparece en los años 80 del siglo XX, con la emergencia del capitalismo financiero y el modelo neoliberal. Además, el concepto de industria cultural se amplió a uno con mayor connotación económica, política y de desarrollo social, el de industrias creativas, representando una de las necesidades más imperantes para el ingreso a los beneficios de las nuevas tecnologías de innovación cultural. Y aunque el concepto surgió en Australia, fue el Reino Unido durante el primer gobierno de Tony Blair quien lo desarrolló como una estrategia política que daba paso a desarrollar nuevos horizontes con la creación de plazas de

trabajo, mercados y la inclusión social. No obstante, todo este engranaje se ha enfocado en la necesidad de llevar a cabo una redefinición conceptual y teórica, acorde a las diversas condiciones.

Expertos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), las ICC son aquellos sectores cuya actividad organizada que tiene como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. (UNESCO, 2023)

En Colombia la Ley 1834 del 2017, señala que las industrias creativas abarcan a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa.

Copaja (2019) expresa que el término Industrias Culturales apareció en Perú en los años cuarenta. En el mismo texto explora a Theodor Adorno y Max Horkheimer (1944) en su obra “*Dialéctica del Iluminismo*” cuando las describen como la industrialización de la cultura, entendida como la transformación de una obra de arte hacia un sistema productivo de bienes y servicios con fines comerciales. La cultura siempre se desarrolló dentro de un ámbito aislado, perteneciente a un mercado elitista y excluyente (Copaja, 2019)

En América latina, durante la última década, las nuevas industrias creativo-culturales se han transformado progresivamente en una de las principales fuentes de producción y de empleo para muchos países. Aunque el crecimiento de estas industrias ha estado principalmente limitado a los países más ricos del mundo, también algunos países de ingreso medio y bajo se han dado cuenta de la importancia en mantener vivo este sector de producción para seguir participando en la economía cultural regional y global. (Lanzafame, 2017)

Sin embargo, desde la perspectiva de la sociología y la antropología, la cultura es un medio que define una sociedad para idear nuevos procesos sociales de desarrollo que favorezcan la consolidación de una identidad histórica, patrimonial y cultural. En ese escenario, en Panamá se ha hablado mucho sobre la importancia de desarrollar los sectores que culturalmente no han sabido sacar el provecho de una economía creativa que brinde oportunidades a la luz de las audiencias y consumidores de este tipo de actividades. Queda evidenciado que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento con un impacto significativo en la economía y sociedad del país. La investigación proporciona una visión detallada de estas industrias analizando su desarrollo, contribución al empleo, PIB y fortalecimiento de la identidad cultural.

Centeno (2023) señala que en varios países de Latinoamérica, particularmente Panamá, han identificado el potencial de las industrias creativas y culturales en el desarrollo de los Estados y los aportes de estos a las economías. Haciendo una evaluación, el segmento, representa el 3.1% del producto interno bruto del país, según un estudio de INDESA publicado en 2017. Las industrias creativas y culturales poseen un potencial intrínseco en la generación de crecimiento a través de su impulso e impacto multiplicador. Para ello algunas de las actividades del segmento en país a pesar de contar con presupuestos limitados, han creativamente ideado nichos de producción en aspectos como espectáculos, festivales, patrimonio cultural, artes escénicas y el desarrollo de contenidos para cine, televisión, video y música. Y aunque un plan estratégico y un inventario estructurado de la oferta del país son necesarios, los avances son notables y contamos con opciones que ofrecer. (Centeno, 2023)

Siendo así, aparecen las industrias creativas y culturales como el motor del desarrollo económico en Panamá, un tema que hace referencia sobre el papel de las políticas públicas en el desarrollo del potencial de emprendimiento e innovación de los sectores cultural y creativo, y en un resumen detallado de las políticas y estudios en dicho ámbito.

Estado del Arte de las Industrias Creativas y Culturales ICC

El estado del arte de las Industrias Creativas y Culturales se refiere a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. Estos contenidos están normalmente protegidos por copyright y pueden tomar la forma de un bien o servicio. Las industrias culturales incluyen generalmente los sectores editorial, multimedia, audiovisual, fonográfico, producciones cinematográficas, artesanía y diseño. Si lo vemos de una forma más profunda, la consecuencia del arte de las industrias creativas y culturales representa realmente una acción más transformadora para la sociedad. Esa primera acción no ha sido tanto la posibilidad de creación ilimitada de la oferta, una condición técnica, sino la aceleración en la creación de nuevos mercados de consumidores y sus consecuencias económicas, sociales y culturales, que a su vez colaboraron para el surgimiento de nuevas formas de subjetividad.

Becerra (2011) plantea que las industrias culturales en América Latina, artísticamente atraviesan una etapa de redefinición. Su modelo productivo y de consumo se está seriamente replanteando, como la aparición de nuevas técnicas como; digitalización y una mayor intervención del Estado en su regulación obligan a repensar el desarrollo y las perspectivas futuras del sector. A partir de un repaso por la estructura empresarial y concentración de las industrias culturales latinoamericanas, intenta abordar algunos de sus desafíos más significativos. (Becerra, 2011)

En ese marco se destaca la importancia de las industrias culturales para la Agenda 2030 de los Objetivos de desarrollo sostenible está determinada por el elemento creativo, del surgimiento de ideas del ser humano sobre el cual los sectores que agrupan a las industrias creativas ayudan a las sociedades a conocerse a sí mismas, comprender su pasado, y proyectarse en el futuro. Esto es fundamental para el éxito del desarrollo sostenible, ofreciendo oportunidades de ingreso especialmente para mujeres y jóvenes.

Álvarez Riera (2023) señala que las industrias creativas crecen a un ritmo acelerado; por lo que, la Organizaciones internacionales involucradas en este tema han establecido instrumentos internacionales que ayudan a los Estados miembros a adaptar su ordenamiento jurídico fortalecer las capacidades de emprendedores culturales y crear nuevos modelos de negocio en la industria cultural, dado el crecimiento económico que representan.

Esta larga y compleja herencia cultural presentada por las ICC es la diferencia de cualquiera de los demás sectores de las actividades de este sector. De hecho, la actividad cultural no fue concebida como un componente de la economía durante una buena parte de la historia humana. Comprendía aquellas actividades con las que la gente se comprometía una vez dejaba de trabajar, pero que no eran parte de su vida laboral. Esto sucede incluso hoy, pues las industrias creativas son expresiones de valor cultural y económico.

Entorno y Alcance de la Economía Creativa

Referimos al entorno y alcance de la economía en las ICC, atiende al reconocimiento e importancia que influyó en la teoría crítica, implementada en la época en que las organizaciones combinaban los planteamientos culturales con la renovación y revitalización de factores económicos. Sin embargo, esa energía transformadora fue erosionándose por ciertos factores que quizás rebajaron sus expectativas iniciales.

Valbuena (2023) señala que el concepto de industria creativa-cultural y la relación de éste con la economía basada en el conocimiento, hace referencia a aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos que sean intangibles y de naturaleza cultural. (Blanco, 2018)

En su informe de 2018 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) afirmó que la economía creativa, considerada como un interfaz entre creatividad, cultura, economía y tecnología, tiene el potencial de generar ingresos, puestos de trabajo y beneficios por exportación, promoviendo al mismo tiempo la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano.

Por estas razones la economía creativa emergente ya ha empezado a ser una de las principales componentes del crecimiento económico, del empleo, del comercio, de la

innovación y de la cohesión social en la mayoría de las economías avanzadas. La economía creativa también parece ser una opción factible para los países en vías de desarrollo (Echeverría, 2018)

Dicho informe fue elaborado gracias a la cooperación de cinco grandes organizaciones internacionales (UNCTAD, UNDP, UNESCO, WIPO e ITC) e implicó la aceptación oficial de que la economía creativa conforma un sector específico en las economías del conocimiento. En este sentido, los factores económicos han tenido un profundo impacto en estas industrias y a la vez existe una mayor conciencia de la vital importancia que tienen las industrias culturales en el contexto socioeconómico actual de toda sociedad, tanto por su potencial económico como por servir de elemento para la difusión de la diversidad cultural.

De igual manera, un estudio del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) reveló un crecimiento sostenido en las industrias creativas y culturales de Panamá, reflejado en el aumento del empleo generado, la contribución al PIB y el volumen de exportaciones. Se destacó la importancia del sector cultural y creativo en el empleo, ya que, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá (2020), empleó a 16,847 personas en ese año, lo cual equivale al 0.9% del empleo total en el país. Además, el sector representó el 1.3% del PIB nacional, con un valor de \$962 millones de dólares.

Además, este estudio señaló que el sector cultural y creativo en Panamá experimentó un crecimiento del 9.2% entre 2007 y 2017, y se espera que siga en aumento en los próximos años (BID). Los subsectores más destacados en términos de empleo incluyen las artes escénicas y musicales, diseño y moda, publicidad y medios de comunicación. También se encontró que el sector cultural y creativo tiene un gran potencial para impulsar el empleo en el sector turístico, contribuyendo a diversificar la oferta turística y generar experiencias culturales para los visitantes (INEC, 2020).

Los hallazgos de esta investigación demuestran el potencial de las industrias creativas y culturales en Panamá para reforzar la identidad cultural del país, promocionarlo en el plano internacional y generar beneficios económicos y sociales. Estos resultados pueden ser útiles para el diseño e implementación de políticas y estrategias enfocadas en impulsar el desarrollo económico y social en comunidades locales, alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional. Además, el análisis de casos de éxito en las industrias creativas panameñas puede servir como inspiración y guía para otros profesionales y empresas del sector, fomentando así el crecimiento y el impacto de estas industrias en la sociedad.

Generalidades de las Industrias Creativas y Culturales en Panamá

Las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento en Panamá con un impacto significativo en la economía del país. Planteando la situación desde un enfoque más amplio, se debe considerar que no hay una dicotomía entre los ciudadanos y las realidades empresariales frente a las industrias creativas. Se trata de reconocer que los ciudadanos se hacen también dentro del mercado, dentro de su función como consumidores de bienes y servicios culturales. Se trata de ampliar los términos de la discusión y decir que las políticas culturales deben pensarse reconociendo los ciudadanos se hacen también mediante el consumo de bienes de carácter simbólico. En suma, se trata de asumir que las políticas culturales tienen un espacio complejo de intervención. Esto significa contar con una mirada integral para la formulación de acciones concretas, siempre desde la premisa de un horizonte que supere nociones de desarrollo estrictamente materiales por otras más integrales, humanas y territoriales

Estas actividades proporcionan una estructura detallada de estas industrias, apoyando en el desarrollo y contribución al empleo, el PIB y el fortalecimiento de la identidad cultural. Se identificaron subsectores destacados como las artes escénicas y musicales, diseño y moda, publicidad y medios de comunicación y se analizaron las tendencias y desafíos del sector en el país. Además, se discute el papel del sector público y privado en su desarrollo proponiendo estrategias y políticas para su consolidación y expansión. Los resultados sugieren que las industrias culturales y creativas tienen un gran potencial para impulsar el crecimiento económico y social en Panamá alineándose con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional.

En ese sentido, el sector de las ICC en nuestro país, ha sido capaz de generar más ingresos que sectores tradicionales como el automotriz o el minero. Los emprendimientos que se destacan en la publicación son ejemplos de soluciones ingeniosas y sorprendentes que no solo están creando un valor económico, sino generando empleo y un impacto social. Las medidas adoptadas actualmente por el sector público y privado para cultivar, amplificar y empoderar el trabajo de los creativos podrán rendir sus beneficios y producir soluciones que mejoren sus vidas. (Luzardo, 2017) .

Las Estrategias de Comunicación para las Industrias Creativas y Culturales

En el ámbito de las Industrias Creativas y Culturales tenemos que fijar con claridad los objetivos de marketing y comunicación tanto en términos de rentabilidad económica como en beneficios sociales. Bajo esta perspectiva las teorías tradicionales se dejan de lado y es necesario el desarrollo de instrumentos y estrategias propias que se adapten al entorno cultural.

Estos conceptos por lo general no varían en las distintas sociedades donde se manejan estrategias de comunicación para las industrias creativas, solo hay que entender que el marketing cultural es el proceso que se desarrolla en las organizaciones culturales y en la sociedad para facilitar el intercambio a través de relaciones colaborativas que crean un valor recíproco mediante el uso de recursos complementarios. Por ende, el énfasis que presentan las empresas que trabajan en aspectos creativos y culturales, está determinado a la comunicación social, por ser estos, sectores que tienen como objetivo principal divulgar a través de la publicidad la creatividad, la producción o reproducción, la promoción, la difusión y la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial.

Además, ICC involucra una amplia variedad de sectores económicos que se dedican a la producción y distribución de productos y servicios culturales. Industria importante motor de crecimiento económico en muchos países y es responsable de la generación de empleo y de la creación de valor añadido en muchas regiones del mundo. Abarca actividades, desde la producción de películas, música y diseño gráfico.

Leal Jiménez y Quero Gervilla señalan que en los últimos años estamos atendiendo a un contexto interesante en la gestión del marketing y de la cultura: nos encontramos ante un proceso de flexibilización de conceptos que ha permitido el nacimiento del marketing cultural con un significado propio, que va mucho más allá de la aplicación de las teorías tradicionales de marketing a los productos culturales para desarrollar instrumentos y estrategias propias, adaptados a las necesidades del entorno cultural.

En ese contexto, es importante destacar los procesos creativos y el papel desempeñado por los medios de comunicación; elemento clave para el progreso, la gestión y la responsabilidad de hilar las relaciones entre los grupos de interés y abonar el campo sobre el que desarrollar, posteriormente, estrategias de éxito.

Jiménez (2023) plantea que la comunicación orientada por esa precepción creativa e innovadora y competitiva se enfoca en incrementar su impacto en el mercado global. En el caso de México, se están desarrollando mapas de ruta de industrias creativas digitales, entre otras actividades, para identificar y diseñar políticas públicas, para el desarrollo cultural y fomento de la economía creativa.

Concluimos este apartado señalando que las industrias culturales y creativas se han convertido en un elemento central de las economías contemporáneas. Estas acciones contribuyen a la reflexión en torno al modo en que el esfuerzo coordinado entre las administraciones públicas, las empresas culturales y creativas, y la sociedad en general puede convertir a este sector clave en parte activa de la acción exterior del país.

Los resultados expuestos en este estudio de revisión permite afirmar que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento y de gran relevancia en la economía y sociedad panameña. Además, se evidencian los desafíos persistentes en el sector, como la falta de políticas públicas específicas y la necesidad de inversión en capacitación y formación. Estos resultados pueden servir como guía útil para profesionales y responsables de la formulación de políticas interesados en impulsar el crecimiento de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Se pone de manifiesto que las industrias culturales y creativas representan un sector en crecimiento y de gran relevancia en la economía y sociedad panameña. Estos hallazgos coinciden con la literatura existente, que ha documentado el impacto económico y cultural de estas industrias en otros países y regiones. Por último, la investigación proporciona una base sólida para futuros estudios y debates en este campo, incentivando el interés y la participación de la población panameña en este sector clave para el futuro del país.

A su vez, respetar y considerar las fuentes citadas en la discusión asegura un análisis fundamentado y riguroso de la situación actual y las perspectivas futuras de las industrias culturales y creativas en Panamá.

Conclusiones

Concluir objetivamente los contenidos de esta investigación no fue sencillo, se presentaron eventos relevantes en relación con el auge de las industrias creativas y culturales en Panamá. Se identificaron diversas industrias como artes visuales, música, cine y producción audiovisual, diseño gráfico y de moda, literatura y producción editorial, y las explotaciones culturales.

Aun así, se comprobó que este tipo de industrias creativas, requieren de distintos niveles de madurez y consolidación, un crecimiento sostenido en las industrias creativas y culturales de Panamá, reflejado en el aumento del empleo generado, la contribución al PIB y el volumen de exportaciones. Se demuestra el potencial de las industrias creativas y culturales en Panamá para reforzar la identidad cultural del país, promocionarlo en el plano internacional y generar beneficios económicos y sociales.

Estos resultados pueden ser útiles para el diseño e implementación de políticas y estrategias enfocadas en impulsar el desarrollo económico y social en comunidades locales, alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional. Se destacó la importancia del sector cultural y creativo en el empleo, ya que, según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) de Panamá (2020), empleó a 16,847 personas en ese año, lo cual equivale al 0.9% del empleo total en el país. Además, el sector representó el 1.3% del PIB nacional, con un valor de \$962 millones de dólares.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, C. (5 de Mayo de 2023). Las Industrias Culturales y creativas dentro de la agenda de desarrollo sostenible. *Semanario La Universidad*, págs. 1-6.
- Becerra, M. (5 de Agosto de 2011). *Industrias culturales en América Latina: Tiempos de replanteamientos*. Obtenido de Universidad de Quilmes-Buenos Aires: [IndustriasCulturalesEnAmericaLatina-3781745.pdf](#)
- Blanco, C. (2018). Industrias Creativas y Culturales: Estudio desde el Enfoque de la Gestión del Conocimiento. *Revista de Información Tecnológica*, 15-28.
- Centeno, J. (2 de Septiembre de 2023). *Panamá: El impulso de las Industrias Creativas y Culturales*. Obtenido de Diario Digital UP-Informa: <https://upinforma.com/>
- Copaja, M. (2019). Perspectivas y estrategias desde un enfoque económico, social y urbano. *Revista de la Universidad de Lima*, 8-17.
- Echeverría, J. (1 de Septiembre de 2018). *Mapa de la Innovación en el Sector Cultural y Creativo de Euskadi*. Obtenido de Ministerio de Ciencia e Innovación: <https://interaccio.diba.cat/>
- Jiménez, B. (23 de Mayo de 2023). Uso del Mapeo, la Comunicación y la Economía de las Industrias Culturales y Creativas en Panamá. *UP-Informa*, págs. 2-18.
- Lanzafame, F. (5 de Septiembre de 2017). *Red de Desarrollo Social de América Latina y el Caribe*. Obtenido de Las industrias culturales en América Latina y el Caribe: desafíos y oportunidades: <https://dds.cepal.org/>
- Luzardo, A. (8 de Septiembre de 2017). Las industrias culturales pueden fortalecer el rol de América Latina en el mundo. (M. Schuster, Entrevistador)
- UNESCO. (20 de Noviembre de 2023). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura* . Obtenido de UNESCO: <https://minciencias.gov.co/>

La ética empresarial como fuente del Derecho comercial panameño Business ethics as a source of Panamanian commercial law

Miguel Edmundo Delgado Pineda

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas. Panamá

miguel.delgado@up.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0001-8279-1456>

Luis Antonio Montero Peñalba

Universidad de Panamá, Centro Regional Universitario de San Miguelito, Facultad de Humanidades.

Departamento de Filosofía, Panamá

luismontero07-60@hotmail.com

 <https://orcid.org/0000-0001-6851-4671>

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4818>

Recibido: 19/07/2023

Aceptado: 26/08/2023

RESUMEN

El presente artículo abordó acerca de los principales aspectos de la ética empresarial y como la misma puede ser considerada como una fuente del Derecho comercial en el ordenamiento jurídico panameño. En un primero momento se realizó una delimitación conceptual sobre los conceptos: ética, ética profesional y ética empresarial. De igual manera se delimito el alcance del Derecho comercial y se realizó una conceptualización acerca de las fuentes del Derecho en general y las fuentes del Derecho comercial en particular. De igual forma se analizó la importancia creciente de la actividad comercial en la sociedad actual y como esto hace de interés colectivo que el comercio se desarrolló dentro de un marco regido por principios éticos. El principal método de investigación utilizado fue el hermenéutico. Entre las condiciones a las que llega el artículo tenemos que la ética empresarial ha adquirido tal importancia dentro de la regulación de la actividad comercial que la misma debe ser considerada como una fuente del Derecho comercial panameño.

Palabras claves: Derecho mercantil, fuentes del Derecho, ética profesional, axiología jurídica, ética aplicada.

ABSTRACT

This paper addressed the main aspects of business ethics and how it can be considered a source of commercial law in the Panamanian legal system. At first, a conceptual delimitation was made on the concepts: ethics, professional ethics and business ethics. In the same way, the scope of commercial law

was delimited and a conceptualization was carried out about the sources of law in general and the sources of commercial law in particular. Likewise, the growing importance of commercial activity in today's society was analyzed and how this makes it of collective interest that commerce developed within a framework governed by ethical principles. The main research method used was hermeneutics. Among the conditions reached in the article we have that business ethics has acquired such importance within the regulation of commercial activity that it must be considered as a source of Panamanian commercial law.

Keywords: Commercial law, sources of law, professional ethics, legal axiology, applied ethics.

Introducción

El estudio de la moral y la ética y de su impacto en la vida en sociedad del ser humano, son fenómenos ampliamente tratados por estudiosos de áreas diversas, con especial énfasis en la filosofía y la axiología. Sin embargo, el estudio de la ética y la moral va más allá, al ser fenómenos transversales que afectan en mayor o menor medida todas las facetas de la vida humana. En el caso de la ciencia jurídica, su relación con la ética y la moral es amplia en una doble vía. Por un lado, el Derecho es un sistema normativo de carácter social y como tal trata de regular la sociedad. Caracterizan al Derecho su carácter obligatorio, irrenunciable y coactivo. Sin embargo, el Derecho requiere para su validez, tener una justificación, una causa superior que justifique el cumplimiento de sus normas de manera absoluta por toda la sociedad. Esta justificación para el carácter obligatorio y coactivo del Derecho, para Ruiz Rodríguez (2009) tiene que ver con la “relación que debe guardar la filosofía del derecho con la ética o filosofía moral me parece no sólo fundamental sino necesaria, porque es en todo caso, lo que le da vida al tema central de aquélla: la justicia” (p.75).

Así tenemos que los diversos ordenamientos jurídicos, requieren de fundamentos axiológicos para sustentar la aplicabilidad de sus normas. En el caso específico del Derecho comercial, nos encontramos con la necesidad de que las relaciones comerciales que regula esta rama de la ciencia jurídica, se encuentren basadas en los principios de justicia, pero además regidas por los principios de la ética profesional de quienes se dedican al ejercicio de la actividad comercial: los comerciantes.

Por ende, el presente artículo aborda la importancia de la ética profesional, muy específicamente la ética del comerciante en el Derecho comercial, al punto de considerar que las normas o reglas de la ética empresarial, llegan a ser parte de las fuentes del Derecho comercial panameño.

Materiales y métodos

Este artículo desarrolla una investigación de tipo cualitativa. La técnica hermenéutica, es la que se utiliza se manera principal. Esta técnica a decir de Hermida y Quintana, (2019), permite “*ofrece una alternativa para investigaciones centradas en la interpretación de textos. La misma implica un proceso dialéctico en el cual el investigador navega entre las partes y el todo del texto para lograr una*



comprensión adecuada del mismo (círculo hermenéutico)” (p. 73). Esta técnica nos permite realizar una investigación desde una perspectiva jurídica y filosófica.

La documentación recopilada fue analizada con un prisma jurídico-dogmático y filosófico, a fin de poder llegar a las conclusiones esperadas y su posterior aplicación

Resultados

1. La ética y la ética profesional

La ética es la “Parte de la filosofía que trata de la moral” (Osorio, 2018). La definición clásica de Osorio, servirá de guía para el presente estudio. Efectivamente la ética constituye aquella parte de la filosofía dedicada a analizar si los diversos comportamientos voluntarios del ser humano se enmarcan en actuaciones sujetas a la moral o no.

Sobre el tema de la ética y su componente de relación con las conductas voluntarias del ser humano, nos parece de suma importancia la conceptualización que realiza del concepto Rodolfo Vigo (2014) cuando nos indica:

La ética estudia o tiene por materia primaria los actos propiamente humanos (actus humanis), o sea los que a diferencia de los actos del hombre (actus hominis) son escogidos libre y racionalmente por la persona. Aquellos actos no resultan simplemente atribuidos a alguien, sino que responde por ellos aquel que los ha ejecutado sabiendo lo que hacía, y estando en posibilidad de no realizarlos. De ese modo, en la medida que el hombre conoció o estaba en condiciones de conocer lo que estaba haciendo, y optó por ese comportamiento, aunque podía abstenerse, estamos frente a una materia susceptible de un juicio ético. (p.43).

Como vemos la ética estudia comportamientos voluntarios del ser humano, los cuales pueden sin embargo estar sujetos a muy diversas esferas de actuación del ser humano. De esas diversas esferas de actuación, es de interés en el presente artículo las actuaciones realizadas por el ser humano en el desarrollo de una actividad profesional. Es lo que se denomina la ética profesional, la cual para Vega (2014), consiste en:

La ética profesional es una ética social aplicada a un servicio que alguien presta a otro en orden a lograr proveerle un determinado beneficio, por eso desde ella es posible identificar a aquellos profesionales excelentes, regulares o malos. Ese juzgamiento ético podemos verlo desde las exigencias que pesan para la “buena” prestación del servicio, o también desde el resultado beneficioso que genera la misma. (p.134).

De la definición de Vega, nos parece de alto interés el concepto de ética aplicada a la prestación de un servicio determinado para otra persona. Para Vega, la calidad en la prestación del servicio va intrínsecamente ligada a la ética prestación del mismo. El profesional, debe tener las competencias para brindar un servicio de calidad y posteriormente estar dispuesto a brindar ese servicio de calidad y por último efectivamente brindarlo. Solo cubriendo esa sucesión de eventos podemos hablar de un profesional con un comportamiento ético al servicio de los beneficiarios o receptores de su actividad profesional.

2. La ética empresarial componente de la actividad comercial

Dentro de la ética profesional, encontramos un gran número de tipos de ética. Tantos como campos profesionales encontremos. Tenemos la ética médica, la ética forense y así distintas éticas profesionales, según el área de desarrollo profesional al que hagamos referencia. Bien señala Zaldívar Pérez (1997) que la ética “atraviesa todas las esferas de la praxis humana. En la actualidad se presta una gran atención a la aplicación de los principios de la ética general, a campos específicos del quehacer humano, esto es a la ética profesional o aplicada” (p.163).

Para Yuren (2013), la “ética profesional es parte de una cultura profesional que incluye un conjunto de saberes, creencias, valores y esquemas de acción que orientan las prácticas en el campo profesional” (p. 6)

El concepto de ética profesional como parte de una cultura profesional es compartido por nosotros. Esto nos lleva a determinar que la ética profesional, no parte de una concepción individual, donde cada profesional determine lo que considera un comportamiento ético adecuado para el desarrollo de su profesión. Por el contrario, la ética profesional parte de una regulación colectiva, donde los grupos profesionales, agrupan esos principios de buenas practicas y valores éticos que consideran indispensables para el desarrollo de su actividad profesional. Sobre este tema, señala Zaldívar Pérez que:

En cada profesión, se desarrollan un conjunto de principios, normas y exigencias en el plano moral, que tienen por propósito regular los comportamientos de los sujetos que en ese ámbito participan, en cuanto a su quehacer y relaciones con sus compañeros, usuarios. Estos principios, normas y exigencias suelen plasmarse en los llamados códigos de ética profesional. (p.164).

Esto lo observamos en el caso panameño donde existen un sinnúmero de Códigos de ética, aplicados a distintas profesiones, como por ejemplo el Código de ética de la abogacía, el Código de ética docente o el Código de ética periodística.

Dentro de la ética profesional, nos interesa destacar la ética empresarial, por su estrecha relación con la actividad comercial entendiendo que el empresario es una figura que puede en buena parte equipararse a la del comerciante. Calvo (2014) define la ética empresarial como una “reflexión ético-

crítica de la actividad empresarial y cuya tarea principal es dar razón de los presupuestos morales que conforman y sustentan la legitimidad de la empresa, su razón de ser ante la sociedad, su pretensión de validez o justicia” (p, 203). Por otra parte, Cortina (1994), define la ética empresarial como el “descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista -valores que componen la ética cívica- al ámbito particular de la empresa, lo cual requiere entenderla según un modelo comunitario, pero siempre empapado de postconvencionalismo” (p. 67). Es importante como esta definición destaca la relación entre la ética empresarial y los valores éticos existentes dentro de una sociedad. Por esto coincidimos con Crespo (2003), cuando indica que “quien desee aplicar o desarrollar algún programa de ética empresarial en su organización, debe primero identificar los valores que en la sociedad existen. Una vez identificados, debe “aplicarlos” en su empresa” (p. 309).

Como señalamos anteriormente existe una marcada tendencia a la adopción de códigos de ética para la regulación de distintas profesiones. En el ámbito de la ética empresarial lo mismo ocurre. Existen en Panamá diversos códigos de ética profesional del empresario, entre los que destacan el Código de ética de la Cámara Americana Panameña de Comercio e Industrias y el Pacto Ético Empresarial de Panamá y Principios Básicos de Ética Empresarial, firmado por los más representativos gremios empresariales de la República de Panamá. Además, es importante mencionar que las más grandes entidades bancarias, financieras, industriales y comerciales de Panamá, tienen sus propios códigos de éticas particulares.

3. La ética empresarial y el derecho comercial

El Derecho es sin duda una ciencia social, pues regula comportamientos relacionados a la vida del ser humano en sociedad. El Derecho regula conductas sociales. Indica Ruiz Rodríguez (2009), “Hemos ubicado al derecho en la vida humana social en la que se establecen relaciones sociales, y se realizan acciones trascendentes, dando como resultado un comportamiento o conducta social” (p. 41). El Derecho no interviene en comportamientos individuales, que no tengan trascendencia en la vida social. Su principal función es precisamente la de servir de regulador de los comportamientos sociales. En ese orden de ideas señala el positivista mexicano Eduardo García Máynez (1994) que:

Derecho es un orden concreto, instituido por el hombre para la realización de valores colectivos, cuyas normas —integrantes de un sistema que regula la conducta de manera bilateral, externa y coercible— son normalmente cumplidas por los particulares y, en caso de inobservancia, aplicadas o impuestas por los órganos del poder público (p. 135).

Una vez analizado los principales componentes de la ética empresarial o ética comercial, podemos ver el análisis del impacto de la misma en el Derecho y de manera especial en el Derecho comercial. El maestro Cabanellas (1993), considera que la función del Derecho objetivo es la de “expresar el orden o las órdenes que integran el contenido de códigos, leyes, reglamentos o costumbres, como preceptos obligatorios, reguladores o supletorios establecidos por el poder público, o por el pueblo mismo a través

de la practica general reiterada” (p.64). El mismo autor, define por su parte al Derecho comercial como: “Principios doctrinales, legislación y usos que reglan las relaciones jurídicas particulares que surgen de los actos y contratos de cambio, realizados con ánimo de lucro por las personas que del comercio hacen su profesión” (p.66)

El Derecho comercial, es en un primer momento un conjunto de normas que regulan la actividad del comerciante y de la actividad comercial en general. Para Davalo Torres (2010) “el derecho mercantil es un conjunto de normas jurídicas que regulan, el comercio (conocido como criterio objetivo) y al comerciante (conocido como criterio subjetivo)” (p. 29).

Volviendo a la definición de Derecho consideramos que es un sistema normativo de carácter social, que se caracteriza por su obligatoriedad, su irrenunciabilidad y su naturaleza coactiva. Recalcando que el aspecto de la obligatoriedad, la irrenunciabilidad y la naturaleza coactiva, son los elementos que diferencian y distinguen al Derecho de otros sistemas normativos de tipo social, como lo es precisamente la ética. Esto no implica bajo ninguna circunstancia que el Derecho y la ética son componentes completamente disimiles, sino por el contrario mantienen entre ellos una relación trascendental.

Coincidimos con lo señalado por Fines (2017), cuando indica que:

La idea misma (concepto) del derecho (una idea sin la cual ninguna ley puede ser hecha o sostenida) es tan dependiente de principios más amplios del pensamiento y la filosofía moral y política, que ni el derecho ni su filosofía pueden evitar comprometerse con los problemas éticos y políticos y los desafíos de la época. (p. 14).

El Derecho y la ética como hemos analizado tienen una especial relación con el Derecho, dentro de la cual mientras el Derecho observa o regula los mínimos aceptados por la sociedad, la ética en cambio busca los comportamientos más virtuosos de la misma. Señala Vega (2014), que “derecho es un “mínimo de la ética” en tanto sus mandatos son avalados por la ética, pero de todo lo que esta pretende en orden al profesional excelente, se limita a exigir aquello que parece ser muy relevante”. Lo planteado por Vega, muestra la relación entre el Derecho y la ética, dentro de la cual, para el autor argentino, el Derecho exige el mínimo de los comportamientos éticos. El Derecho plantea una especie de umbral debajo del cual, ya los comportamientos no resultan socialmente aceptables y por ende se hacen merecedores de las diversas consecuencias jurídicas derivadas de la norma.

La actividad de jurista tiene siempre lugar dentro de un contexto específico, como señala Ruiz Rodríguez (2009) que “el estudiante de derecho, en su formación, y el profesional del derecho, en su quehacer jurídico, uno y otro, estarán incompletos si no miran y consideran al derecho desde la filosofía, madre y fundamento de todas las ciencias” (p.13). El Derecho comercial como todas las ramas del

ordenamiento jurídico, requieren siempre obtener su validez de determinadas fuentes. Coincidimos con Rojas González (2018) cuando indica que:

el Derecho, se divide, por lo menos, en dos asuntos que expresan aspectos diferentes, aunque íntimamente relacionados, de la realidad jurídica: de un lado, la pregunta por la naturaleza del Derecho y del otro, la cuestión de su fundamento. La primera intenta responder “¿qué es el Derecho?”, mientras la segunda atiende a “¿de dónde obtiene su validez? (p. 19).

Esta validez la obtiene el Derecho a través de la búsqueda de la justicia como principio general. La Real Academia de la Lengua Española define la Justicia como: “Aquello que debe hacerse según derecho o razón” (RAE, 2022), por otra parte, el Abbagnano (1974), la define como:

La conformidad de un comportamiento (o de una persona en su comportamiento) a una norma y en el ámbito de este significado la polémica filosófica, jurídica y política versa acerca de la naturaleza de la norma que se toma en examen. Esta, en efecto, puede ser la norma de naturaleza, la norma divina o la norma positiva (p. 713).

Coincidimos con estos criterios. La actividad comercial para poder ser legítima, requiere basarse en preceptos de intercambio justo. Un régimen de intercambio comercial, basado exclusivamente en “normas de mercado”, es decir sin la intervención de la regulación jurídica, carecería a nuestro modo de la necesaria legitimidad social. Ahora bien, el comercio en general y el Derecho comercial en particular, parten siempre de un concepto de regulación ágil, tratando de evitar el exceso de formalismo y donde se da especial importancia a la libre voluntad de las partes. ¿Como conciliar estos dos aspectos que podrían a simple vista aparecer como antagónicos? La respuesta para nosotros se basa en la importancia de la ética profesional del comerciante. Cuando el Derecho comercial, plantea la libre voluntad de las partes o se plantea la necesidad de actuar de buena fe, debe entenderse que esa libre voluntad y esa actuación de buena fe están guiadas por los principios de la ética profesional del comerciante. Este comportamiento ético es el que permite conjugar la idea de justicia en el Derecho comercial.

4. La ética empresarial como fuente del derecho comercial

El Derecho comercial tiene un amplio rango de aplicación y de temática de estudio. Esas áreas de aplicación se relacionan todas con la actividad comercial. La actividad comercial, tiene una fuerte relación social. En el caso del Derecho comercial el mismo regula una amplia gama de materias y todas estas materias tienen un alto impacto en la sociedad actual. Existe discusión doctrinal en algunos de los componentes del Derecho comercial, sobre si ya constituyen ramas autónomas del Derecho, como por ejemplo el Derecho bancario o el Derecho marítimo, o si todavía se encuentra ubicados dentro del Derecho mercantil. Desde nuestra perspectiva, tomando en consideración la doctrina mayoritaria y el contenido

del ordenamiento positivo mercantil panameño, consideramos que los principales componentes del Derecho comercial en Panamá son:

- La actividad marítima. Derecho marítimo
- La contratación comercial
- La actividad bancaria. Derecho bancario
- El régimen societario comercial
- La propiedad industrial

Como puede verse estas ramas de actividad, tiene un amplio impacto en la vida social. Es por esto que se escuchan voces en las comunidades que hablan sobre la importancia de comportamientos éticos en el desarrollo de las actividades comerciales. Silva y Faúndez (2019) exponiendo acerca de la confianza social en los actores comerciales indican que:

A diario recibimos noticias en las que se pone de manifiesto la falta de confianza, o la existencia de alguna deslealtad o mala fe. Por tal motivo, no resulta extraño que, cada vez con más fuerza, se espere una solución concreta por parte del derecho que efectivamente permita responder a todas aquellas conductas que puedan ser consideradas como faltas de ética (p. 36)

Este punto del accionar ético de los actores comerciales es trascendental, cuando tomamos en cuenta que el comercio, presenta relaciones jurídicas que deben ser ágiles y en las cuales la buena fe fundamental. De hecho, el concepto de buena fe, es fundamental en el ordenamiento jurídico del Derecho privado en general y del Derecho comercial en particular. El Código de comercio de la República de Panamá, establece en su artículo 214 que:

Artículo 214. Los contratos de comercio se ejecutarán de buena fe, según los términos en que fueren convenidos y redactados, atendiendo más que a la letra de los pactos, a la verdadera intención de los contratantes. Las palabras deben entenderse en el sentido que les da el uso general, aunque alguno de los contratantes pretenda que las ha entendido de otro modo.

Obsérvese la importancia del concepto de la buena fe, el cual el legislador panameño coloca a nuestro juicio, por encima incluso del formalismo de la redacción material. El concepto “atendiendo más que a la letra de los pactos, a la verdadera intención de los contratantes”, es una frase de amplio alcance, que muestra la alta relevancia que da la norma panameña a la buena fe en la ejecución e interpretación de los contratos. El concepto de buena fe, podemos afirmar es un concepto altamente ligado a la ética en general y en particular a la ética profesional. El comerciante profesional, debe ser una persona cuyos valores éticos en su desempeño profesional, no busque ventajas producto de redacciones que de alguna forma alteren la verdadera voluntad de las partes. El comerciante debe regirse por principios de ética

profesional, en la cual, al momento de ejecutar una relación contractual, se rija estrictamente por aquello que ambas partes consensuaron de manera real.

Es desde nuestra óptica una visión en la que el comerciante debe mantener un comportamiento ético que brinde garantías a sus socios, colegas de oficio, consumidores y a la sociedad en general. La aseveración de que el comerciante debe mantener un comportamiento ético profesional para poder llevar a cabo sus funciones, dándole garantía a la sociedad de que sus actos no vulneraran las reglas sociales de la pacífica convivencia, ni generaran abusos en el ejercicio de su actividad comercial, nos lleva a la inmediata conclusión que el deber de comportamiento ético del comerciante impacta de manera inmediata en el Derecho comercial. De la misma forma que la ética profesional del comerciante sustenta la actividad comercial, de esa misma forma el Derecho comercial requiere de fundamentos éticos al momento de elaborar sus normas, pero además también de la misma interpretación y aplicación de estas normas.

Como hemos mencionado anteriormente, es importante recalcar el carácter de alto impacto social que adquiere cada vez más la actividad comercial en la sociedad. Aspectos como la actividad bancaria, de seguros o el acceso a establecimientos comerciales, constituyen hoy en día actividades comunes para la gran mayoría de los miembros de una sociedad. Coincidimos con Banchio (2010), cuando señala que:

El Derecho Mercantil históricamente se liga a la constitución de la economía a gran escala. En tal sentido comenzó a construir su centro crítico (relativamente objetivo) en la protección del individuo de esa economía de masa. En su origen esa economía se refería casi exclusivamente a la compraventa de mercaderías, pero hoy abarca la producción no solo de mercaderías sino de toda clase de negocios y bienes de diverso tipo, servicios, crédito, intangibles, instrumentos financieros, etc. (p. 8)

Estos puntos nos llevan a considerar que la ética profesional del comerciante, los principios axiológicos de la justicia llevados al cabo del marco de las relaciones comerciales constituyen no solamente la justificación filosófica del Derecho comercial, sino fuente propia del Derecho comercial panameño. Como menciona el ya citado Banchio, “actualmente el centro crítico del Derecho Comercial está más desplazado a tutelar al sujeto de los abusos y distorsiones del mercado” (2010, p. 9)

Debemos analizar en qué consisten las fuentes del Derecho. Aguiló Regla (2015), las define como:

Las fuentes del Derecho son el origen de las normas jurídicas. Por fuentes hay que entender los hechos y actos jurídicos creadores/generadores de normas jurídicas generales. El Derecho está compuesto por normas generales y abstractas que son el resultado de ciertos hechos y actos jurídicos. (p. 1025)

Las fuentes del Derecho son aquellos elementos que nos permiten determinar el alcance y constitución del Derecho, indicando de donde surge el mismo. En materia comercial las fuentes del Derecho, generalmente reconocidas por la doctrina son: la ley, la costumbre, los usos de la plaza, la jurisprudencia, la doctrina y los principios generales del Derecho. A esta tradicional enumeración de fuentes del Derecho comercial es donde consideramos deben incluirse la ética empresarial.

Como hemos observado, el concepto general de la buena fe en materia comercial, se encuentra intrínsecamente ligado a las prácticas de la ética del comerciante. Es un concepto transversal que atraviesa la creación de las normas jurídicas positivas del Derecho comercial, la interpretación del Derecho comercial y la aplicación del mismo. Pueden ser considerados entonces como una fuente del Derecho comercial.

Conclusiones

Luego de examinar los principales aspectos de la ética empresarial y su relación con el Derecho comercial, hemos podido llegar a importantes conclusiones. La más importante conclusión alcanzada, es que, en el ordenamiento jurídico panameño, la ética profesional de los agentes de comercio, normalmente referida como ética empresarial constituye una de las fuentes del Derecho comercial. Llegamos a esta conclusión luego de analizar la importancia en la sociedad actual de la actividad comercial. La actividad comercial abarca un amplio número de actividades, entre las que resaltan la actividad bancaria, la actividad de seguros, la actividad mercantil clásica, la protección del consumidor, los derechos de propiedad industrial entre otros. Estos ámbitos de aplicación, adquieren una importancia casi absoluta en las sociedades actuales, donde el acceso al crédito y otros servicios bancarios o la adquisición de bienes de consumo del comercio, se han vuelto actividades indispensables para una vida normal de los individuos dentro de la sociedad. Esto nos conduce a una realidad en la que la actividad comercial, constituye cada vez más un aspecto de sumo interés para la sociedad.

Frente a esta situación, la ética empresarial ha venido adquiriendo cada vez más una importancia mayúscula en la sociedad. La ética empresarial exige del empresario que guie su actividad comercial, si bien guiada claro esta por el ánimo de lucro, pero apegada a principios y valores contra el abuso.

En este contexto surge la necesidad para el Derecho comercial, de elevar el nivel de trascendencia de la ética profesional dentro de su ordenamiento. La ética profesional es la aplicación de los principios de justicia dentro de la actividad mercantil y constituyen una obligación necesaria para los agentes económicos. Es tomando en cuenta los principios de la ética empresarial que deben aplicarse y entenderse conceptos como la “buena fe” y la libre voluntad de contratación. El comerciante esta obligado a un actuar ético, que es lo que valida la aplicación de las normas del Derecho comercial y es por lo cual consideramos que la ética empresarial y en general la ética profesional del comerciante debe considerarse como una de las fuentes indirectas del Derecho comercial panameño.

Referencias bibliográficas

- Abbagnano, N. (1974). Diccionario de Filosofía. Fondo de Cultura Económica.
- Aguiló Regla, J. (2015). Fuentes del Derecho. En Fabra Zamora, J. (Ed.), Enciclopedia de Filosofía y Teoría del Derecho, volumen dos (pp. 1019-1066). Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Álvarez Undurraga, G. (2002). Metodología de la Investigación Jurídica. Santiago de Chile: Universidad Central de Chile
- Banchio, P. (2010). Dimensión axiológica del derecho mercantil. *Doctrina Jurídica*. Año 1- Número 2. 3-19
- Cabanellas, G. (1993). Diccionario Jurídico Elemental. Editorial Heliasta S.R.L.
- Calvo, P. (2014). Ética empresarial, responsabilidad social y bienes comunicativos. *Tópicos, Revista de Filosofía*. 47 (2), 199-232
- Cortina, Adela (1994), *Ética de la empresa: Claves para una nueva cultura empresarial*. Editorial Trota.
- Crespo, M. (2003) Lo ético de la ética empresarial. *Revista Venezolana de Gerencia*, vol. 8, núm. 22, 307-322
- Dávalos Torres, M (2010). Manual de introducción al derecho mercantil. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones de Jurídicas.
- Finnis, J (2017) *Estudios de Teoría del Derecho Natural*. Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- García Maynez, E., (1994) *Filosofía del Derecho*. Editorial Porrúa.
- Hermida, J; Quintana, L. (2019). La hermenéutica como método de interpretación de textos en la investigación psicoanalítica. *Perspectivas en psicología*. 16 (2). 73-80
- Ossorio, M. (2018) Diccionario de ciencias jurídicas políticas y sociales. Editorial Heliasta S.R.L.
- RAE. (23 de octubre de 2023). *Real Academia Española de la Lengua*. Obtenido de Sitio Web de la Real Academia de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/?id=BxP6lay>
- República de Panamá, Asamblea Nacional (1917). Ley No. 2 de 1916, Código Civil de la República de Panamá. Gaceta Oficial No. 2.418 de 4 de septiembre de 1916
- República de Panamá, Asamblea Nacional (1917). Ley No. 2 de 1916, Código de Comercio de la República de Panamá. Gaceta Oficial No. 2.418 de 4 de septiembre de 1916

Rojas González, G., (2018) *Filosofía del Derecho*. Universidad Católica de Colombia.

Ruiz Rodríguez, V., (2009). *Filosofía del Derecho*. Instituto Electoral del Estado de México.

Vigo, R. L. (2014). Ética profesional: especificidad, importancia y actualidad [en línea], *Prudentia Iuris*, 78. Disponible en: <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/etica-profesional-especificidad-vigo.pdf>

Yuren, T. (2013). Ética profesional y praxis. *Perfiles educativos*. vol. XXXV, núm. 14. 6-14.

Zaldívar Pérez (1997). La ética profesional. *Revista cubana de psicología*. 14 (2). 161-166.

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso



Cultura organizacional en el desarrollo del turismo sostenible Organizational culture in the development of sustainable tourism

Damián Espino Castillo

Universidad de Panamá. Panamá.

damian.espino@updigital.ac.pa

 <https://orcid.org/0000-0001-9577-6431>

Eva Lisary González Pinilla

Universidad de Panamá. Facultad de Humanidades. Panamá.

evalisary@gmail.com

 <https://orcid.org/0000-0002-1437-106X>

Recibido: 07/10/2023

Aceptado: 10/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4819>

RESUMEN

En este trabajo buscamos establecer la importancia de la cultura organizacional para el desarrollo del turismo sostenible, así como relacionar este concepto con los pilares que lo sostienen; descubriendo algunos de los retos y dificultades que en el sector turístico se tienen, para implementarla con eficacia. En el mundo existe un número considerable de artículos, estudios y publicaciones, donde se establece la influencia directa de la cultura organizacional en el desarrollo de la gestión empresarial en organizaciones del sector turístico. Esto ha hecho que aumenten las preocupaciones en ese sentido en este sector económico fundamental en muchos países. Lo cierto es que la cultura organizacional afecta todos los comportamientos, pensamientos y patrones que los trabajadores tienen dentro de una organización y empresa. Con la cultura organizacional se pueden establecer claras distinciones entre una organización o una empresa y todas las demás, al contribuir a que surja un mayor compromiso entre los miembros y transmitir un sentido de identidad entre todos. Así los miembros de la organización no solo van construyendo la cultura organizacional, sino que son los responsables de validar con sus actuaciones diarias, los elementos que la integran porque gracias a la cultura organizacional se puede determinar qué comportamientos son o no los más apropiados dentro de una empresa. La cultura organizacional también conocida como cultura empresarial, representa la personalidad e identidad de una empresa, que en el caso de las dedicadas a la actividad turística resulta fundamental su implementación, hacia el objetivo de hacer sostenible la manera de administrar y hacer negocios en este sector. El turismo sostenible debe ser capaz de enfocar sus actividades hacia la minimización de sus posibles impactos en la naturaleza, la sociedad y otras áreas, respetando al planeta y preparando propuestas de desarrollo con esos propósitos. Este

segmento del turismo tiene un futuro muy prometedor, en la medida en que la conciencia ambiental, cultural y responsable, siga creciendo con el desarrollo de la educación ambiental y un enfoque donde el respeto a los recursos y la cultura locales prevalezca.

Palabras claves: cultura organizacional, empresa, turismo, sostenible, medioambiental, sociocultural

ABSTRACT

In this work we seek to establish the importance of organizational culture for the development of sustainable tourism, as well as relate this concept to the pillars that support it; discovering some of the challenges and difficulties that the tourism sector has to implement it effectively. In the world there is a considerable number of articles, studies and publications, which establish the direct influence of organizational culture on the development of business management in organizations in the tourism sector. This has increased concerns in this regard in this fundamental economic sector in many countries. The truth is that organizational culture affects all the behaviors, thoughts and patterns that workers have within an organization and company. With organizational culture, clear distinctions can be established between an organization or a company and everyone else, helping to create greater commitment among members and transmitting a sense of identity among all. Thus, the members of the organization not only build the organizational culture, but are responsible for validating, with their daily actions, the elements that make it up because thanks to the organizational culture it is possible to determine which behaviors are or are not the most appropriate within the organization. a company. The organizational culture, also known as business culture, represents the personality and identity of a company, which in the case of those dedicated to tourism activity, its implementation is essential, towards the objective of making the way of managing and doing business in this sector sustainable. Sustainable tourism must be able to focus its activities towards minimizing its possible impacts on nature, society and other areas, respecting the planet and preparing development proposals for these purposes. This segment of tourism has a very promising future, to the extent that environmental, cultural and responsible awareness continues to grow with the development of environmental education and an approach where respect for resources and local culture prevails.

Keywords: organizational culture, company, tourism, sustainable, environmental, sociocultural

Introducción

Para el Diccionario de la Lengua Española (actualización al 2023) la cultura en términos general se define como “cultivo, conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”

Mientras que para el tema que nos atañe la cultura organizacional viene a ser el conjunto de valores, conductas, creencias, políticas y normas compartidas, aceptadas y practicadas por todos los miembros de una organización, que garantice primordialmente, no solo buenas relaciones entre ellos, sino que haga posible que el lugar donde se labora sea de lo más agradable para todos los empleados. Asimismo, la cultura organizacional se fomenta diariamente a través de todas las actividades que se desarrollan en la organización, y se traduce, en el grado de confianza, fidelidad y lealtad que se genera entre los miembros

o personas, lo que a su vez va a contribuir a que crezca la motivación y el compromiso con la organización, aumentando así el bienestar y satisfacción laboral y haciendo que el ausentismo se reduzca de manera notable.

La clave del éxito empresarial reside, entre otras cosas, en el reconocimiento de la empresa a los esfuerzos de los trabajadores, por ser ellos la base de la empresa; cuando se alcanza a percibir esto, se comprende mejor cuánto de ello depende el rendimiento laboral, la habilidad, experiencia y la actuación del trabajador ante las diferentes situaciones que se le van presentando. Por eso que la creación de un ambiente laboral de bienestar, de mucha confianza y donde las dudas o inquietudes sean zanjadas, es sumamente importante, ya que, si los trabajadores se sienten cómodos en el clima laboral que se ha creado, así mismo crecerá la motivación para una colaboración más efectiva entre todos ellos.

Las empresas modernas han de brindar oportunidades a los trabajadores para su crecimiento personal y laboral, contribuir a la conservación del ambiente y cumplir con las leyes laborales de los países donde están establecidas, mantener buenas relaciones con los proveedores y la ciudadanía, así como de disponer de un sistema salarial que evidencie que los trabajadores, son esenciales para el funcionamiento y operación de la empresa.

En la actualidad hay una lucha encarnizada en la esfera de la competitividad y la credibilidad social por las empresas, que trasciende más allá de los segmentos de mercado y que las obliga a preocuparse por la calidad de vida de las comunidades en sus ámbitos medioambiental, social y cultural.

Para una mayor comprensión de la cultura organizacional, hay que comenzar por observar las políticas de la empresa, su entorno físico, las interacciones que se dan entre empleados, así como su sistema de recompensa o de premios. Sin embargo, esto no es suficiente. Hay aspectos y valores que no son observables a simple vista y que solo pueden ser distinguidos mediante el conocimiento de sus creencias y sus percepciones. Sobre este carácter intangible de la cultura organizacional expresan Yopan, Palmero y Santos):

La cultura organizacional en tanto conjunto de supuestos, convicciones, valores y normas que comparten los miembros de una organización, puede haber sido conscientemente creada por sus miembros principales o sencillamente puede haber evolucionado en el curso del tiempo. Representa un elemento clave del entorno de trabajo en el que los empleados desempeñan sus labores. El concepto de cultura organizacional es un constructo intangible, porque no podemos verla ni tocarla, pero está presente y conforma un importante sistema de mediaciones. Como el aire de una habitación, rodea y afecta a todo lo que ocurre en una organización. Dado que se trata de un dinámico concepto de sistemas, la cultura también se ve afectada por casi todo lo que ocurre en una organización. (Yopan, et al., 2020, p.6)

La cultura organizacional adquirió su importancia, sobre todo, a mitad del siglo pasado. Es en este concepto que se encuentra la guía del comportamiento diario de los miembros de una organización, con

la finalidad de mejorar el funcionamiento y el clima laboral dentro de las empresas. Sus elementos más importantes son, entre otros, el entorno laboral, las condiciones de trabajo y el comportamiento y comunicación organizacionales que existan, del mismo modo que su estrecha relación con el rendimiento laboral de los trabajadores. Sin embargo, para Pursell (2023) son siete estos elementos y los enumera así: la filosofía, misión, visión, valores, ambiente laboral, sentido de identidad y normas, reglas o lineamientos.

El concepto de cultura organizacional se ha desarrollado en base al de cultura nacional y surgió en la década de 1950 en las ciencias empresariales. Los primeros estudios sobre cultura organizacional se iniciaron en el año 1981 con un trabajo de William Ouchi donde se comparaban algunas empresas japonesas con otras americanas.

De modo que no fue sino en la década de 1980 cuando se popularizó el concepto de cultura organizacional, con el libro de Peters y Waterman, *In Search of Excellence*; lo que lo hace un concepto relativamente nuevo del que se supone depende el éxito empresarial porque gracias a él se logra dentro de una empresa, una mejor orientación de los clientes y motivar a los trabajadores a entregar en la consecución de los objetivos empresariales el máximo de sus esfuerzos.

La cultura organizacional ha demostrado su influencia decisiva en la eficacia y eficiencia empresarial. Fue el psicólogo Edgar Schein, considerado el padre de este concepto, que elaboró, desde una perspectiva de la sociología, antropología y psicología, su primera definición, que todavía hoy sigue siendo la más popular y aceptada. La expuso de esta manera:

Cultura organizacional es el patrón de premisas básicas que un determinado grupo inventó, descubrió o desarrolló en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con estos problemas. (Schein, 1986, p.56)

En las tantas definiciones que se pueden encontrar sobre el concepto de cultura organizacional, se observa que todas tienen en común que se refieren a un conjunto de valores, que están implícitos en la organización y se articulan con los que tienen los empleados; todas ellas hacen mucho énfasis en los significados compartidos. Chiavenato, destacado investigador de este concepto lo define de este modo:

La cultura organizacional expresa un modo de vida, un sistema de creencias, expectativas y valores, una forma particular de interacción y de relación de determinada organización. Todo este conjunto de variables debe observarse, analizarse e interpretarse continuamente. La cultura organizacional influye en el clima existente en la organización. (Chiavenato, 1999, p. 66)

De modo que la cultura organizacional o cultura corporativa se entiende como el conjunto de experiencias, hábitos, valores y creencias que caracterizan a una empresa, organización, institución o

grupo humano. Pérez al comentar los antecedentes históricos del estudio de la cultura organizacional expresa lo siguiente:

Los antecedentes del estudio de la cultura organizacional pueden ser ubicados en los orígenes de las ciencias sociales. Entender esta contribución es muy importante porque muchos de los dilemas y debates que se dan en torno de la cultura organizacional reflejan las diferencias en la tradición histórica de la investigación social.

Dentro de las ciencias sociales se aprecia que los aportes de mayor trascendencia son los de la antropología, la sociología, la psicología social y la economía. Todas desde diferentes aristas investigan el comportamiento del ser humano dentro de distintos grupos sociales y con diferentes funciones, donde la cultura ha estado presente como un resultado de las relaciones interpersonales. (Pérez, 2009, p.4) La cultura organizacional es un fenómeno social que está siempre presente en todas las funciones, actividades y acciones que realizan todos los miembros de una organización, grupo de trabajo, empresa. En Cultura organizacional de EcuRed se le señalan como características principales y generales las siguientes:

- Es un producto aprendido de la experiencia grupal y por tanto un producto definido allí donde hay un grupo con una historia significativa.
- En una organización pueden funcionar simultáneamente una cultura dominante, y subculturas que coexisten con la dominante.
- Toda cultura se desarrolla dentro de una cultura general.
- La cultura es aprendida, se forma, evoluciona a partir de nuevas experiencias y puede ser cambiada si llega a entenderse la dinámica el proceso de aprendizaje.
- La cultura organizacional es visible y tiene carácter tangible. (EcuRed, s.f., párr.21)

La cultura organizacional no es estática, ni rígida, está continuamente cambiando y adaptándose al entorno y a las transformaciones que se producen a nivel interno de las organizaciones. Sin embargo, en toda empresa u organización, la cultura organizacional es el resultado o producto inicial de las propuestas de sus fundadores, propietarios o líderes. Ella existe aun cuando no lo sepa una organización o empresa. A través de ella se establece un compromiso de los empleados con su organización al representar una contribución al cumplimiento de los objetivos empresariales. Por eso que en una organización la cultura organizacional nunca es única, porque también suelen existir formas de subcultura con sus propias interacciones

Toda organización empresarial tiene una cultura organizacional que muchas veces es resultado del tiempo, de cambios en el modelo de negocio y no necesariamente porque haya sido cultivada desde siempre por la empresa.

El psicólogo social Roger Harrison clasificó los tipos de cultura organizacional según estuvieran orientadas al poder, a las normas, a los resultados y a las personas. No obstante, la cultura de una empresa puede clasificarse de muy diversos modos. Por ejemplo, según el nivel de penetración (cultura fuerte y débil), según el origen (cultura del proceso, de la excelencia, entre otras). También se puede clasificar según la organización (cultura profesional, burocrática, de producción) y según su orientación (orientadas al poder, a la norma, a resultados, a personas).

Mientras que las funciones de la cultura organizacional evolucionan según el estado de desarrollo empresarial y son las que van a definir la visión de una organización, crear cohesión dentro de los grupos, transmitir un sentido de identidad, promover la creatividad y la innovación, facilitar la toma de decisiones y ofrecer valor agregado tanto a clientes como a proveedores. Por eso que para Pino y Romero:

La cultura organizacional refleja el sentir y pensar del activo humano de una empresa y su estudio permite aportar al sostenimiento y mejora continua de la misma, en la cultura organizacional se identifican dimensiones que esbozan parámetros del comportamiento personal, que luego definen el carácter de la organización..... (Pino y Romero,2019, p.17)

No hay duda de que la cultura empresarial o corporativo tienen muchos beneficios para la empresa, para los empleados, clientes y proveedores. Entre estos Romero señala los siguientes:

- Mayor rendimiento de los empleados
- Integración y compañerismo entre áreas
- Los empleados serán felices con lo que hacen
- Mayor atracción y fidelización del talento
- Mejora la actitud de servicio hacia los clientes. (Romero, 2018, párr. 36)

Existen muchas razones para que la cultura organizacional se cambie o modifique. Esas variaciones pueden ser promovidos por producirse cambios del equipo de dirección, incremento de la competitividad, cambios del liderazgo, necesidad de mayor compromiso o motivación, cambios en el tipo de actividad del negocio. Ella incide directamente en el funcionamiento interno de una empresa, por lo que se modifica con cierta frecuencia para satisfacer las exigencias y necesidades de los consumidores. Esto a su vez, va a influir en la percepción que se tenga a lo externo de la misma.

La cultura organizacional depende o está determinada por muchos factores que se interrelacionan e interactúan entre ellos, por lo que no resulta nada fácil tratar de controlar completamente la construcción de la misma en una empresa u organización. Sin embargo, para crear una cultura organizacional en una empresa u organización se deben realizar algunos pasos que son ineludibles. Entre ellos están crear el equipo responsable del proyecto, definir objetivos, analizar o diagnosticar la situación de la cultura actual, definir los elementos y aspectos de la cultura deseada, evaluar las diferencias entre cultura actual y la deseada, diseñar el plan de acción y su implementación correspondiente, contar con un sistema de

evaluación, medición y seguimiento. También se requiere para una implementación exitosa de profesionales idóneos que liderizan esas transformaciones y empleados con conocimientos empresariales.

La cultura organizacional no es un concepto aplicable solo para las grandes empresas o compañías, es una estrategia que se puede implementar en todos los negocios, grandes o chicos. Y en todas ellas tiene una importancia vital para la generación de los ingresos empresariales, en su rendimiento, en su ventaja competitiva, sus ventas y su posicionamiento en el mercado; beneficios éstos que se logran, sobre todo, por la existencia de una lealtad y compromiso de los trabajadores. De allí que Cantillo y Daza afirmen lo siguiente:

En la cultura organizacional se ve reflejada la empresa, por lo cual se puede considerar como un factor importante para lograr su buena competitividad, siempre y cuando se establezcan y fomenten en los diferentes sectores y niveles de la empresa, valores y principios que promuevan el deseo de superación y de realizar cada proceso (por muy sencillo que parezca) de manera correcta, teniendo como base principios éticos y cumpliendo con toda la normatividad de la empresa, desde sus políticas internas hasta las establecidas por la Ley. (Cantillo y Daza,2011, p.20)

La tendencia en la industria del turismo es hacia la sostenibilidad de la actividad y el desarrollo humano y económico, convirtiéndose así en un mecanismo que impulsa la evolución de la industria. Esto se pone claramente en evidencia con el marcado crecimiento de la demanda de destinos sostenibles.

Si se quiere ser competitivo en la industria turística como sector de la economía, se deberán hacer gastos iniciales y continuos para hacer eso posible. Por ejemplo, se requiere invertir en construcción de nuevas carreteras, ampliar las instalaciones de aeropuertos y limpiar playas con regularidad.

Por otra parte, el desarrollo sostenible del turismo implica promover la participación activa y coordinada de todos los actores y agentes: turistas, empresarios, organizaciones públicas y privadas, trabajadores y residentes. Todos ellos involucrados en una estrategia común de provisión de productos y servicios de calidad, mejorable en el marco del cuidado ambiental y la responsabilidad social. Así, los turistas y residentes, en tanto usuarios, demandan cada vez más y mejores servicios, al tiempo que se diversifica la oferta turística induciendo a un aumento de sus exigencias. (Castellucci, 2010, p.4)

Para fomentar una empresa turística sostenible se debe hacer desde una implementación de cultura organizacional basada en los tres pilares fundamentales de esta actividad económica. Ellos son el pilar social, medioambiental y también económico. Por eso que en este trabajo se indaga sobre la estrecha relación que existe entre la cultura organizacional en empresas turísticas y el desarrollo del turismo sostenible.

Desarrollo

Sin dudas que en la cultura organizacional de una empresa es importante considerar los dos ámbitos de su actuación, tanto el interno como el externo. En el primero se analiza cómo la empresa se relaciona con sus trabajadores, cómo es el clima laboral de la fábrica u oficina; mientras que en el ámbito externo se analiza cómo es el comportamiento social de la empresa hacia afuera. Pursell al referirse a la importancia de la cultura organizacional como una guía para una empresa cualquiera nos dice:

Tener una cultura organizacional es una guía de expectativas, comportamientos y acciones, ya que la empresa cuenta con una postura clara, de la cual se desprenden opiniones o percepciones sobre asuntos particulares. Además, sirve para cohesionar a los equipos de trabajo y alinearlos a los objetivos o la visión que tiene la empresa. (Pursell, 2023, párr. 11)

La cultura organizacional puede transformarse en una ventaja competitiva sumamente importante, cuando, por un lado, los miembros de una organización le conceden un gran valor para la eficiencia y eficacia empresarial o cuando los clientes la perciben como un elemento diferenciador con otras empresas. De allí que la cultura organizacional debe ir dirigida sobre todo a la sensibilización de los empleados con los objetivos y principios del turismo sostenible, como forma de extender esa sensibilización a los visitantes, consumidores y turistas.

La cultura organizacional es uno de los aspectos administrativos y estratégicos de mayor impacto en cualquier sector de la economía, principalmente en el sector turístico, porque está íntimamente relacionado con los valores que en esta industria y dentro de sus equipos de trabajo deben existir: como honestidad, respeto, equidad, responsabilidad y colaboración. Es, además, un pilar esencial para mejorar la comunicación entre empleados y empleador dentro de cualquier organización.

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, que ha venido desarrollándose en apego a los principios del desarrollo sostenible y en equilibrio con su responsabilidad social y ambiental que se le exige con mayor frecuencia en la actualidad. Es decir, que esta industria que genera tantos millones de dólares en el mundo haga su aporte a la lucha contra el cambio climático, apuntando hacia el desarrollo de un modelo de turismo sostenible.

El turismo es un sector de gran productividad y dinamismo económico dentro de la inmensa mayoría de las sociedades modernas. Como industria tiene una gran importancia económica a nivel global, al representar casi el 5% del PIB mundial y el 6% de las exportaciones totales; además figura con sus actividades en garantizar entre el 6-7% del empleo total mundial.

Según la OMT el turismo generó alrededor de 5,000 millones de dólares diarios en el 2019. Una parte considerable de esa cifra corresponde al turismo sostenible. Esto pone de manifiesto que, con una estrategia de sostenibilidad de la industria turística, se pueden crear entornos seguros y confiables con infraestructura de alta calidad, preservando el patrimonio natural y cultural como reclaman los viajeros.

El mayor crecimiento de la industria del turismo se está experimentando en el segmento relacionado con el turismo sostenible, que se ha visto influenciado de manera considerable por las preocupaciones que existen sobre el cambio climático, la deforestación, la preservación de los recursos naturales, entre otros factores.

Aunque ya desde la misma Antigüedad se realizaban movimientos de personas hacia diferentes lugares, estimulados sobre todo por razones religiosas y deportivas, espectáculos culturales, viajes de placer, entre otros fines; así como también que en las edades Media y Moderna predominaban las grandes peregrinaciones religiosas y expediciones marítimas desde y por toda Europa, el turismo como actividad económica dirigida al ocio, el descanso y los negocios, nace realmente en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial.

En sus primeras etapas el turismo se fue desarrollando como una actividad que centraba su mayor atención en los beneficios económicos, por encima de los impactos negativos que esta actividad generaba. Esto comenzó a cambiar a partir de la década del 90 del siglo pasado, cuando fue creciendo la consciencia social y ecológica entre las personas, lo que forzó a las empresas turísticas a prestarle también su atención a sus impactos negativos. Aunque ya en 1978 la Organización Mundial del Turismo empezó a mostrar preocupaciones por lo que se llamaría más tarde, el turismo sostenible. Los propios viajeros y turistas comenzaron a exigir la práctica de una actividad turística, más respetuosa con el entorno y con los problemas sociales de las comunidades donde esa actividad se ubicaba y explotaba.

El turismo sostenible tiene su origen principalmente, en el reconocimiento de los impactos negativos producidos en la sociedad y el medioambiente por el turismo masificado. Este tipo de turismo llamado también a veces como turismo sustentable, es aquel que se fundamenta en la sostenibilidad de sus actividades y en la reducción significativa del impacto negativo que producen sus actividades. Es el turismo que surge como alternativa viable para proteger y conservar los sitios de interés turístico y respetando el patrimonio cultural y natural existente. Sus inversiones en infraestructura van dirigidas a proteger los entornos naturales y potenciar su atractivo y valor cultural. Este turismo está relacionado con otras formas de hacer turismo como el turismo responsable y el ecoturismo.

No obstante, generalmente se reconoce que el turismo sostenible tiene 4 componentes que son el ecoturismo (viajes responsables que no perturben los ecosistemas naturales), turismo suave (se refiere a visitas a comunidades locales de duración algo prolongada), turismo rural (visita a parques, bosques en áreas no urbanas), turismo comunitario (que es cuando las comunidades invitan a los turistas a visitarlas).

La práctica de un turismo sostenible sirve para estimular la preservación del patrimonio histórico y cultural de un lugar o país, contribuye a generar empleos directos e indirectos, promueve la creación de nuevas empresas turísticas, genera beneficios económicos para las comunidades e incentiva a los gobiernos a restaurar y preservar monumentos o sitios arqueológicos y arquitectónicos, contribuyendo también a regular las prácticas abusivas sobre la explotación de los recursos naturales.

Para REVFINE, una plataforma de conocimiento para la industria hotelera y de viajes, al referirse al objetivo final del turismo expresa:

El objetivo final del turismo sostenible es reducir el impacto del turismo en las comunidades locales y el medio ambiente. Esto significa hacer un uso óptimo de los recursos para evitar el consumo excesivo, ayudar con la conservación del mundo natural y hacer un esfuerzo consciente para respetar las tradiciones y el patrimonio local, y contribuir a su preservación. (REVFINE, 2021, párr.3).

También Ortiz y Camargo nos ofrecen su interpretación sobre el objetivo principal del turismo sostenible al definirlo de esta manera:

Por lo que el objetivo de la concepción del turismo sostenible es, rescatar y proteger los recursos naturales y culturales de una región, favoreciendo la permanencia de los ecosistemas y sus procesos biológicos básicos y generando beneficios sociales y económicos, al fomentar mejores niveles de vida para el visitante y la comunidad, a partir del aprovechamiento, así como, la conservación de estos recursos. (Ortiz y Camargo, 2010, p.3)

Para el establecimiento de un destino turístico es necesario hacer estudios de análisis económico, social y ambiental, que sirvan para lograr una inserción e integración entre los factores ambientales y sociales de las comunidades con el interés de los visitantes y los objetivos de la propuesta turística. En una reunión de expertos de la CEPAL sobre el turismo realizada en México se puede leer en su informe final lo siguiente:

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo, ya desde la década de los años setenta, venía abogando por una planeación extensa y cuidadosa de los desarrollos turísticos y ha insistido cada vez más en el cuidado de los recursos locales que forman el patrimonio turístico de una zona. Así también, ha planteado la necesidad de involucrar a las comunidades locales como la clave del éxito del desarrollo. Para lograr la participación de las poblaciones receptoras, se considera necesaria una difusión de la investigación y de la información integral acerca del tipo de turismo que se pretende para lograr una vinculación entre los desarrolladores, ya sean públicos o privados, que buscan su implantación, y las zonas de destino turístico para fomentar el interés individual y colectivo. Sus tres principios para el desarrollo sostenible radican en la sostenibilidad ecológica, la social y cultural y la económica. (CEPAL, 1999, p.12)

Desde la Organización Mundial del Turismo (OMT) se comenzó a considerar, que el desarrollo de esta actividad debe garantizar un uso correcto de los recursos naturales. Para esta organización la actividad turística alcanzará la sostenibilidad, si optimiza el aprovechamiento y protección de los recursos medioambientales, si afianza el respeto hacia la cultura y las comunidades locales y si se identifica plenamente con la premisa que la riqueza producida por las actividades turísticas debe contribuir a generar empleos estables y superar la pobreza. Esa misma organización mundial define al turismo sostenible como

“el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y ambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2012).

Otra definición interesante sobre el turismo sostenible no los ofrece el blog de OSTELEA, una empresa dedicada a la enseñanza de la gestión turística, cuando nos dice:

El turismo sostenible es una forma de ver y entender el turismo que pasa por la protección de las áreas turísticas en las que opera y, también, por el respeto a las personas, tanto al viajero como a la población local, pasando por el respeto al patrimonio cultural y natural de los espacios donde se produce. (OSTELEA, 2020, párr.3)

El turismo no solo es una de las actividades económicas más importantes del mundo, sino que también es una de las de más rápido crecimiento y representa para muchos países una fuente de ingresos enorme.

El turismo es una actividad con impactos negativos y positivos. Por eso crece en todo el mundo el interés de los turistas por viajar a lugares donde el impacto ambiental de la actividad turística sea pequeño, asimismo por elegir destinos por sus atractivos naturales y culturales y donde se promueva la conservación y preservación de los monumentos históricos.

Para que el turismo sostenible garantice su sostenibilidad a largo plazo y se logre un equilibrio en sus dimensiones medioambientales, sociales y económicas, éste debe según la OMT, cumplir los siguientes objetivos:

1. Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
3. Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (OMT, 2012, párr. 3)

Garantizar el desarrollo de un turismo responsable y sostenible es hoy día, uno de los elementos más importantes a la hora de gestionar el desarrollo del turismo en un país o localidad, para así lograr potenciar a esta actividad hacia el bienestar humano y la calidad del medioambiente. Al respecto Ortiz y Camargo al referirse a las características del turismo sostenible apuntan las siguientes:

- Es un modelo ideal de desarrollo propio de la actividad a escala local,
- Contempla los beneficios económicos, la necesidad de conservar la cultura y la naturaleza, Tiene como uno de sus propósitos, satisfacer los intereses de los clientes y las necesidades de la población local,
- Debe mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora y
- Contribuye a la preservación de los recursos (económicos, culturales y naturales) en beneficio de las presentes y futuras generaciones. (Ortiz y Camargo, 2010, p.3)

Con el propósito de garantizar la sostenibilidad del turismo se debe considerar la importancia que tiene la planificación en el crecimiento de la industria turística, al igual que para el crecimiento de los beneficios y en la búsqueda de soluciones óptimas a los problemas que se presenten.

Para planificar el desarrollo turístico de manera sostenible, se necesita evaluar la posición que tiene esta actividad en el mercado, así como también la que ocupa la competencia, definir con claridad una estrategia de desarrollo y elaborar un plan de acción hacia la consecución de los objetivos y metas trazadas.

Los pilares fundamentales para garantizar la sostenibilidad del turismo sostenible descansan en el equilibrio que debe existir en los impactos económicos, socioculturales y medioambientales. Sobre la gran importancia de estos pilares veamos lo que nos dice Cardoso:

Existen tres enfoques sobre la sostenibilidad, el ambiental, sociocultural y el económico. El enfoque ambientalista ecologista, el cual refleja una fuerte inclinación hacia un desarrollo ecológicamente sostenible, haciendo hincapié en las condiciones ecológicas necesarias para mantener la vida humana a futuro. Por su parte, el enfoque social va muy ligado al económico, ya que a través de la economía local la sociedad genera empleo al mismo tiempo que se reparte equitativamente los beneficios de este resultado económico basado muchas veces en los recursos naturales y culturales con los que cuenta una comunidad, viendo la necesidad de conservar estos recursos para seguir aprovechándolos, lo que lleva a solidarizarse con las generaciones futuras para que disfruten y aprovechen estas opciones para su bienestar en una realidad futura. (Cardoso, 2006, p.4)

En virtud que el turismo como actividad seguirá creciendo, es lógico suponer que sus impactos seguirán asimismo creciendo, por lo que se hace necesario no descansar en la introducción de más y novedosas prácticas de turismo sostenible. Y es que ese crecimiento en el sector turístico se ha dado a veces, en detrimento de los recursos naturales, las economías comunitarias y de las poblaciones indígenas. Esta situación viene haciendo que en todo el mundo se reduzcan notablemente, los sitios turísticos que aún permanecen sin alguna contaminación o perjuicio.

Según el destino, el impacto económico que puede producir el turismo en determinados lugares se puede encontrar en la generación de empleos, mejoramiento de las comunidades locales por el consumo

de los trabajadores, desarrollo de empresas privadas, en el cambio de divisas, en las importaciones y en el pago de impuestos y tasas de salida, entre otros ingresos.

Al respecto se puede leer en la Guía para emprender en turismo de la Fundación Acción contra el hambre:

Con el paso del tiempo los destinos más solicitados se han visto negativamente afectados por el desarrollo de esta actividad llamada turismo, generando impactos negativos medioambientales y socioculturales. En algunos casos, el impacto sobre los ecosistemas ha acabado con los propios recursos turísticos. Pero generalizar sobre el tipo de impacto que ha generado el turismo es complicado, ya que cada zona se ha visto afectada de una forma diferente, según sus características y la capacidad de gestionar dicho impacto. (Fundación contra el hambre, 2022, p.9)

Si el turismo no se gestiona adecuadamente o cuando la experiencia y formación en actividades turísticas es mínima, esta actividad puede generar muchos efectos negativos para el país o las localidades turísticas. Entre esos impactos está la fuga de divisas por empresas multinacionales, el elevado costo de muchas de las infraestructuras necesarias, elevación de los precios de bienes y servicios a nivel local por la presencia de turistas, dependencia excesiva al turismo, la existencia de propiedad extranjera sobre las facilidades hoteleras.

También pueden aparecer impactos socioculturales que se producen por las relaciones directas e indirectas y las interacciones entre huésped y anfitriones. En estos impactos que pueden ser positivos, tenemos el aumento de la concienciación a través de la promoción de actividades y recursos respetuosos con el ambiente, la preservación del patrimonio y cultura locales, comercialización de productos de la cultura y el arte local, mejoramiento y prestación de servicios sociales, fortalecimiento de las comunidades, entre otras.

El turismo también puede producir impactos sociales negativos al producir generalmente cambios en el comportamiento moral, social y de valores de las personas de las comunidades, aumenta el juego, el consumo del alcohol y la delincuencia, destrucción del patrimonio, choque de culturas, cambios en los roles familiares, pérdida de identidad. También pueden encontrarse con la construcción de carreteras, aeropuertos, hoteles, restaurantes y otras facilidades turísticas.

Para el medioambiente los impactos negativos de la actividad turística pueden reflejarse cuando se aumenta la contaminación (que puede ser acústica, visual, basura, aguas residuales). la pérdida de hábitats naturales, agotamiento de los recursos naturales, como la erosión de suelos y los recursos hídricos, presión sobre especies en vías de extinción.

Uno de los efectos negativos prácticos del turismo es la producción y contaminación de desechos en los espacios naturales. Este no es el único. Sin embargo, es fundamental que la actividad turística se explote sin grandes consecuencias de carácter medioambiental, social, económico y cultural.

Por eso el turismo es una de las actividades económicas que reclama y exige en mayor grado, la implementación de una cultura organizacional dinámica para integrar los valores de respeto, honestidad, responsabilidad, trabajo en equipo, compromiso y lealtad laborales, en su estrategia empresarial y organizacional de brindar servicios de calidad y preocuparse por los ámbitos económicos, socioculturales y medioambientales.

En el turismo sostenible se busca la sostenibilidad a largo plazo de la industria del turismo con la finalidad de alcanzar beneficios tangibles y no tangibles, tanto para las comunidades locales y la sociedad en general. Sobre esto nos dice Ayuso lo siguiente:

La sostenibilidad del turismo se basa en la calidad de la estancia al consumidor y en el aumento de la calidad de vida de la población residente (mediante flujo de ingresos, prestigio y puestos de trabajo, directos e indirectos). Por otro lado, no se concibe la sostenibilidad sin continuidad: la actividad debe ser prolongable en el tiempo, por eso los recursos se han de consumir con raciocinio, evitando la sobreexplotación. Para que la actividad perdure, el servicio que se ofrece al turista debe ser de calidad, exquisito y debidamente planificado. (Ayuso, 2019, p.10)

Hoy día, las empresas turísticas están buscando nuevas formas de crecer y sobrevivir, de mejorar la calidad de sus servicios y la creación de ventajas competitivas. Eso está incluyendo, por supuesto, la importancia que le están concediendo a la implementación de una cultura organizacional efectiva en ellas.

El turismo debe conseguir un equilibrio e integración de los intereses económicos, sociales y ecológicos, como forma de conservar la calidad ecológica del entorno ambiental y así erigirse en un factor esencial en la competitividad y sostenibilidad de cualquier destino turístico.

El turismo supone una oportunidad de negocio en muchas zonas urbanas y rurales, mientras que en el sector de servicios favorece el desarrollo de nuevas empresas locales y fomenta la contratación de mucha mano de obra. Pero este turismo ha de ser sostenible económica, social, cultural y medioambientalmente, es decir desarrollar sus ejes principales bajo la contribución de una cultura organizacional efectiva y eficiente.

Conclusiones

La cultura organizacional como mecanismo de control, de administración y de una efectiva organización del comportamiento de los empleados, es muy importante que se ajuste a los valores compartidos y al entorno de la empresa. Eso debe contribuir a que la cultura sea al final una ventaja

competitiva empresarial; objetivo que difícilmente se puede lograr estableciendo normas y reglamentos que muchas veces hasta los propios directivos ignoren o subestiman.

A lo largo de este trabajo queda muy claro la necesidad de realizar estudios que definan las relaciones de la cultura organizacional en la actividad turística con las muchas variables que pueden afectar el comportamiento de una empresa u organización, como lo es la productividad, la competitividad, el rendimiento, entre otras. También se podría hacer estudios para definir los valores de la cultura organizacional con mayor influencia para diseñar un modelo de sostenibilidad en el turismo.

Normalmente las organizaciones o empresas crean su propia cultura organizacional en forma de valores, normas, creencias, ritos y mitos, que son compartidos y aceptados por todos los miembros de la empresa.

La implementación de una cultura organizacional efectiva y exitosa requiere de mucho liderazgo, tanto para garantizar la satisfacción de exigencias de los consumidores, como de las necesidades, compromiso y clima de confianza con los empleados.

La cultura organizacional no es estática, ni rígida, está continuamente cambiando y adaptándose al entorno y a las transformaciones que se producen a nivel interno de las organizaciones. Sin embargo, en toda empresa u organización, la cultura organizacional es el resultado o producto inicial de las propuestas de sus fundadores, propietarios o líderes.

La cultura organizacional existe aún, cuando no lo sepa una organización o empresa. A través de ella se refuerza la identidad y el sentido de pertenencia y se establece un compromiso de los empleados con su organización, al representar una contribución al cumplimiento de los objetivos empresariales.

Referencias bibliográficas

- Ayuso, C. M. (2019). La sostenibilidad en el sector turístico: definiciones, modelos y casos paradigmáticos. Trabajo final de Grado. Universitat Jaume I.
- Cantillo, G. E. F. y Daza, E. J. M. (2011). Influencia de la cultura organizacional en la competitividad de las empresas. Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia.
- Cardoso, J. C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. El Periplo Sustentable, núm. 11, mayo, 2006, pp. 5-21. Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México.
- Castellucci, D. (2010). Turismo, Desarrollo y Calidad: hacia un servicio sostenible. Centro de Investigaciones Turísticas, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.

- CEPAL. (1999). El turismo sostenible como modelo de desarrollo en el istmo centroamericano y la República Dominicana. Reunión de Expertos sobre el Turismo en el Istmo Centroamericano y la República Dominicana. México, D.F., 25 y 26 de febrero de 1999.
- Chiavenato, I. (1999). Administración de recursos humanos. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill.
- Diccionario de la Lengua Española (actualización al 2023). <https://dle.rae.es/cultura>
- EcuRed (s.f.). Cultura organizacional.
https://www.ecured.cu/Cultura_organizacional#Caracter.C3.ADsticas_generales_de_la_cultura_organizacional
- Fundación Acción contra el hambre (2022). Guía para emprender en turismo.
www.accioncontraelhambre.org
- OMT. (2012). Desarrollo Sostenible. <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Ortiz, O. F. y Camargo, I. T. (2010). Propuesta de valores para una cultura organizacional en el turismo sostenible. Universidad de Pinar del Río, Cuba.
- Ortiz, O. F. y Camargo, I. T. (2010). Propuesta de valores para una cultura organizacional en el turismo sostenible. Universidad de Pinar del Río, Cuba.
- Ostelea. (2020). El turismo sostenible y el desarrollo mundial.
<https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/el-turismo-sostenible-y-el-desarrollo-mundial>
- Pérez, M. A. (2009). Cultura organizacional: algunas reflexiones a la luz de los nuevos retos. Revista Venezolana de Gerencia, vol. 14, núm. 46, abril-junio, 2009, pp. 183-194. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Pino, R. E. J. y Romero, I. M. C. (2019). Cultura organizacional y riesgos financieros en las empresas prestadoras de servicios turísticos. Trabajo presentado como requisito para optar al título de magister en finanzas. Universidad de la Guajira, Facultad de ciencias económicas y administrativas.
- Pursell, S. (2023). Cultura organizacional: qué es, tipos, elementos y ejemplos.
<https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>
- Pursell, S. (2023). Cultura organizacional: qué es, tipos, elementos y ejemplos.
<https://blog.hubspot.es/marketing/cultura-organizacional>
- Revfine. (2021). Guía de turismo sostenible: qué es, por qué es importante, ejemplos y más ...
<https://www.revfine.com/es/el-turismo-sostenible/>

Romero, M. (2018). Cultura Organizacional: ¡Guía, Pasos y Ejemplos Prácticos

<https://www.felicidadeneltrabajo.es/ideas-para-empresarios/cultura-organizacional-guia-pasos-ejemplos/>

Schein, E. (1986): Cultura organizacional y liderazgo, Jorsey-Bass. San Francisco, California.

Yopan, et al. (2020). Cultura Organizacional. Asociación Latinoamericana de Sociología, Uruguay, vol. 11, núm. 20.

Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/acceso_reuso

Género e igualdad: un análisis crítico de la política social neoliberal en México y su impacto en la pobreza de las mujeres

Gender and equality: a critical analysis of neoliberal social policy in Mexico and its impact on women's poverty

Virginia Elizabeth García Sánchez

Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. México.
vgarcia@posgrado.unam.mx

 <https://orcid.org/0009-0005-8795-1398>

Recibido: 19/10/2023

Aceptado: 27/12/2023

DOI <https://doi.org/10.48204/contacto.v3n3.4820>

RESUMEN

El artículo ofrece una reflexión crítica sobre la política social en México en el periodo neoliberal, y algunos de los desafíos que implica para la promoción de la igualdad de género. El texto analiza la participación de las mujeres en la política social neoliberal en México, y cómo esta reproduce y refuerza las desigualdades de género desde los programas de transferencias monetarias condicionadas con que se atiende a las familias en situación de pobreza. Se parte de la idea de que la política social no es neutral, sino que expresa las relaciones de poder entre el Estado y la sociedad. El texto se enfoca en cómo el Programa Oportunidades, asigna a las mujeres el rol de cuidadoras y beneficiarias de los apoyos monetarios condicionados a la educación, la salud y la alimentación de sus familias, se critica que el programa no reconoce ni redistribuye el trabajo de cuidado, ni promueve la organización y cooperación de las mujeres. Se plantea la crítica de que este programa no promueve la igualdad de género, sino que individualiza los problemas de la pobreza, impone pautas laborales a las mujeres, y limita sus posibilidades de organización y cooperación. El análisis propone diseñar una intervención social, desde el trabajo social científico, que reconozca y redistribuya el trabajo de cuidado, y que integre en el diseño y análisis de políticas públicas la articulación entre la visión del desarrollo y la perspectiva de género.

Palabras clave: Política social neoliberal, Participación de las mujeres, Desigualdad de género, Pobreza, Programa Oportunidades, Intervención social.

ABSTRACT



The article offers a critical reflection on social policy in Mexico in the neoliberal period, and some of the challenges it poses for the promotion of gender equality. The text analyzes the participation of women in the neoliberal social policy in Mexico, and how it reproduces and reinforces gender inequalities from the conditional cash transfer programs that serve families in poverty. It starts from the idea that social policy is not neutral, but expresses the power relations between the State and society. The text focuses on how the Oportunidades Program assigns women the role of caregivers and beneficiaries of the monetary support conditioned to education, health and nutrition of their families, it criticizes that the program does not recognize or redistribute the care work, nor promotes the organization and cooperation of women. It raises the criticism that this program does not promote gender equality, but individualizes the problems of poverty, imposes labor guidelines on women, and limits their possibilities of organization and cooperation. It proposes to design a social intervention, The analysis proposes to design a social intervention, from the scientific social work, that recognizes and redistributes the care work, and that integrates in the design and analysis of public policies the articulation between the vision of development and the gender perspective.

Keywords: Neoliberal social policy, Gender equality, Oportunidades Program, Care work, Organization and cooperation of women, Social intervention.

Introducción

Este trabajo, propone explorar elementos interpretativos de la participación cotidiana de las mujeres como beneficiarias de la política social neoliberal en México, desde una mirada crítica que cuestione las desigualdades de género que atraviesan su realidad social. Para ello, parto de la premisa de que la política social no es un fenómeno neutral, sino que refleja y reproduce las relaciones de poder entre el Estado y la Sociedad, y entre los diferentes grupos y sectores que la conforman. Así, interesa indagar cómo se configura la respuesta gubernamental a la pobreza, y qué tipo de programas sociales se implementan para atender a las familias en situación de pobreza mediante la designación de las mujeres que son jefas de familia o que tienen a su cargo el cuidado de sus integrantes, generalmente las madres. El objetivo es reflexionar en cómo estas mujeres participan en dichos programas, y en qué consecuencias tiene su participación para la construcción de la igualdad de género.

La exploración de la participación en de las mujeres en la PSN, se desarrolla desde aspectos como: características de los PTM; grado y forma de participación de las mujeres, expectativas y demandas que expresan; implicaciones de esa participación en que desarrollen capacidades y ejerzan sus derechos; prácticas sociales cotidianas de las mujeres para cumplir las condiciones que les impone el programa para recibir los apoyos.

El análisis se desarrolla en el artículo se sustenta en cuatro ejes conceptuales: El primer eje plantea el reconocimiento de la vida cotidiana, entendida como el espacio donde se configuran las identidades, las subjetividades, las relaciones y las prácticas de los individuos, y donde también se materializa la intervención de la política social, porque ahí se encuentra su razón de ser, el sustrato en que cobra sentido. En el segundo eje se explora un elemento determinante en la definición de

la PSN, la visión de desarrollo, identificado como el proyecto político que el Estado fórmula para el futuro de la sociedad, y que implica una visión sobre el orden social y las relaciones de género, de ahí la trascendencia de la intervención social que implican los PTMC. El tercer eje conceptual se refiere a la política social, definida, desde el plano académico, como la intervención pública que el Estado realiza para dar respuesta a las necesidades y problemáticas de los grupos y sectores sociales, especialmente los más desfavorecidos o excluidos. El cuarto eje, se relación con la participación ciudadana, considerada como el medio y el fin de la intervención social, que permite a las sujetas y sujetos sociales involucrarse en los asuntos públicos, expresar sus intereses y demandas, y ejercer sus derechos y deberes ciudadanos.

El artículo ofrece una reflexión crítica sobre la participación de las mujeres en la política social en México, y algunos de los desafíos que implica para la promoción de la igualdad de género. A partir de las temáticas que se abordan, se pretende aportar elementos para comprender las complejidades y contradicciones que caracterizan la relación entre el Estado, la Sociedad y las mujeres en pobreza.

Eje 1. Vida cotidiana, condición de posibilidad de la subjetividad e intersubjetividad de los sujetos

Se parte de la proposición de que la realidad social es resultado de una relación construida, a fin de analizar la acción y relaciones entre sujetos que construyen dicha realidad social, desde la perspectiva de acción social de Max Weber, es fundamental reconocer que las prácticas sociales cobran sentido entre los sujetos sociales a medida que se asocian a su subjetividad, por ello al ser la vida cotidiana un espacio trascendente, pues es donde para los sujetos cobra sentido su acción, se supone la comprensión del contexto de la acción propia y que éste puede después cargarla de un sentido. Esta condición resulta determinante para recuperar el nivel simbólico y cultural que implica el significado o sentido de las acciones. (Max Weber, 2012: 5).

“La realidad empírica de la vida social consiste exclusivamente en la acción humana. La acción es toda conducta humana dotada de un sentido subjetivo puesto por el sujeto o los sujetos de la acción. La acción social, por tanto, es una acción en donde el sentido mentado por su sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por ésta en su desarrollo”
(p.5)

Esta cita expresa la idea de Weber de que la realidad social es el resultado de la interacción entre los individuos, que actúan según el sentido que les dan a sus propias acciones y a las de los demás. La acción social es el objeto de estudio de la sociología, que busca comprender el sentido de la acción y las relaciones entre los sujetos que construyen la realidad social. Una acción es subjetiva e intersubjetiva pues no sólo depende de que haga sentido al sujeto que la realiza, sino

que también debe tener significado con relación a los otros sujetos, por esa razón es relevante el contexto donde se construyen los significados y la vida cotidiana termina resultando fundamental al momento de reconocer el carácter social de las acciones. Es el mundo de las relaciones sociales donde ocurre la vida cotidiana, es aquí donde los sujetos se significan.

Bajo este marco se considera que el concepto de vida cotidiana es central para el análisis de la participación de los sujetos, en este texto interesa utilizarlo como sustento clave en la revisión de la participación de las mujeres como beneficiarias de la política social del Programa Progres, Oportunidades, Próspera (POP), aplicado en México desde 1997. De esta manera, la vida cotidiana además de ser un ámbito donde ocurre la subjetividad es condición de posibilidad para la reproducción y cambio en las condiciones de vida en la relación de los sujetos sociales.

En este análisis de la incorporación de las mujeres como beneficiarias de POP, se considera que su participación implica un proceso que se despliega en el marco de la vida cotidiana y que en el marco de la realidad existen dos componentes, el primero toca al ámbito de los individuos y su acción social donde lo simbólico tiene una incidencia determinante, mientras que, el segundo componente, la de la intervención pública tiene un papel determinante en las relaciones sociales que derivan de dicha acción. Otro referente es desde la perspectiva conceptual de Schutz, la subjetividad, que se reconoce como un aspecto indiscutible en la construcción del sujeto pues es una condición en la que el individuo concibe el mundo desde su propia perspectiva arraigado en un intercambio permanente de subjetividades, lo cual da cuenta de una realidad intersubjetiva, entonces el mundo de la vida diaria en el que nacemos es desde el primer momento un mundo intersubjetivo.

Si la subjetividad se constituye a partir de la experiencia de los individuos y desde esta se pueden generar y dotar de sentidos al mundo de la vida cotidiana, la cual se encuentra inmersa en la naturalidad de los sujetos implica que el mundo dado ha sido constituido como natural y compartido, a este fenómeno Schutz denomina el mundo del sentido común.

La intersubjetividad es posible porque el mundo del sentido común permite anticipar ciertas conductas para desarrollar la vida social. Así, cuando yo me dirijo hacia otra persona y le pregunto sobre algún tema, estoy suponiendo una estructura social en la que reconozco al otro, asumo que compartimos ciertos códigos, nos unimos a ellos en alguna actividad común, influimos y nos dejamos influir (Schütz, 1932:39; 1963:51).

Schutz entendía el sentido común como el modo de conocimiento que los seres humanos emplean en su vida cotidiana, dentro de un mundo social e intersubjetivo. De manera que el saber cotidiano adquiere sentido en medida que está vinculado a la resolución de problemas cotidianos su validez no necesita justificaciones derivadas, es por sí misma verdadera.

La intersubjetividad como concepto es fundamental debido a sus implicaciones en la construcción de significados sociales. Es central su apoyo para el estudio de la participación de las mujeres en programas sociales sin dejar de lado lo fundamental que es considerar el mundo de la vida cotidiana en este análisis, pues constituye el espacio que posibilita construir la intersubjetividad de los sujetos, es el espacio que materializa la construcción de la realidad social y reconoce que la vida cotidiana ocurre tanto la existencia de la estructura social como la acción social y la capacidad de los sujetos de dar respuesta a esta estructura, dicho esto nos ocupa hablar sobre la relación género, política social y participación de las mujeres.

La heterogeneidad de la vida cotidiana es determinante en la participación de las mujeres en el programa POP, de acuerdo con Shutz el pensamiento cotidiano no es separable de las formas de actividad en la vida cotidiana, se actualiza de forma colectiva y se resignifica permanentemente pues proviene de las experiencias particulares, en consecuencia, entre más se socializa y se generaliza, comienza a establecerse una lógica común que da sentido a las prácticas sociales. De manera que la reproducción social es posible gracias a la interacción de dos componentes, el constituido por vida cotidiana y pensamiento cotidiano y el estructural.

Los referentes planeados son fundamentos para articular el marco interpretativo de la PSN y sus implicaciones de en la vida de las mujeres, también, para incorporar la aproximación crítica que hace Roitman del pensamiento sistémico que se construye en la vida cotidiana. Según Roitman, el pensamiento sistémico se presenta como una forma superior de entender y organizar la realidad, que impone su lógica sobre el conjunto de la sociedad. Un aspecto fundamental de esta forma de pensamiento es que desplaza lo político del centro de la acción social de los sujetos, reduciendo su capacidad de transformación. (Roitman, 2004: 75).

Roitman denomina cultura del conformismo al conjunto de prácticas y discursos que se generan a partir del pensamiento sistémico. Esta cultura produce sujetos conformistas que se adaptan a las normas y valores del sistema, sin cuestionarlos ni resistirse. La cultura del conformismo se manifiesta en el ámbito cotidiano, donde los sujetos participan de procesos de socialización que refuerzan su adhesión al sistema.

Uno de los rasgos distintivos de esta cultura es la indiferencia, entendida como una forma de relación social que implica la inhibición de los sujetos para tomar decisiones que afecten positiva o negativamente a su entorno. Los sujetos indiferentes se muestran apáticos ante los acontecimientos que ocurren a su alrededor, o ante aquellos que desconocen o tienen una percepción distorsionada. El conformismo también se expresa en el plano individual, donde los sujetos adoptan un criterio de valoración de las decisiones que consiste en alinear sus juicios con los del sistema, sin tener en cuenta sus propios intereses o principios. De esta manera, se produce una despolitización de la acción social, que moldea un carácter y una personalidad conformistas.

La cultura del conformismo se caracteriza por la presencia de operadores sistémicos que condicionan los comportamientos sociales e individuales. Estos operadores se pueden resumir en tres manifestaciones: la aceptación total del orden sistémico, la subordinación a los códigos comunicativos del sistema y el comportamiento pragmático. Estas manifestaciones implican una renuncia a la crítica, a la autonomía y a la creatividad por parte de los sujetos, que se someten a las reglas y expectativas del sistema.

La personalidad conformista revela actitudes y pensamientos que desvalorizan la ética, el compromiso y la solidaridad. Los sujetos conformistas son individualistas y creen en el éxito personal como único criterio de felicidad. Por ello, rechazan la diferencia y la diversidad, aunque se muestren tolerantes superficialmente. Al introducirse el pensamiento sistémico y la cultura del conformismo en la subjetividad y la intersubjetividad, así como en el pensamiento cotidiano, se produce una pérdida de la conciencia social. Los efectos de estos operadores en el pensamiento cotidiano son que limitan las aspiraciones de felicidad a una expresión mínima. La felicidad se orienta hacia objetos que satisfacen individualmente al sujeto, que se ajustan al modelo del homo economicus. El sujeto social solo encuentra sentido a su felicidad a través del logro y el placer individual, que se basan en alcanzar objetivos. De esta forma, se desvanece el sentido del bien común como un anhelo de felicidad. (Roitman: 2004: 76).

Para superar el pensamiento social conformista, es necesario generar escenarios que propicien cambios en los factores, contextos y procesos que lo sustentan. Si la voluntad y la conciencia de los sujetos sociales pueden ser manipuladas por un proyecto político totalitario, también pueden ser recuperadas y emancipadas. Por eso, la apuesta por transformar el conformismo pasa por el pensamiento crítico a lo político, que asume ideales de democracia social, económica, étnico cultural, de erradicación de la pobreza y la injusticia social, con el objetivo de que surja una ciudadanía que tenga el reconocimiento material de sus derechos. Los elementos aportados por Roitman permiten profundizar en el análisis de la participación de las mujeres en la política social y situar algunas características de las prácticas sociales que desarrollan en sus participaciones.

La categoría de género en la organización de la vida cotidiana

El género como una categoría para el análisis de la participación de las mujeres en la política social, permite comprender el ordenamiento social entre mujeres y hombres y explica la desigualdad social, la cual cruza transversalmente toda la estructura social en todas sus áreas (política, social, ambiental, económica, cultural e institucional). El género corresponde a una construcción cultural a través de la que se adscriben roles sociales, actitudes y aptitudes diferenciadoras entre hombres y mujeres, pero asignadas en función de su sexo biológico. Esta dicotomía ha sido aprendida y cambiada con el tiempo a través de ámbitos de socialización e instituciones sociales.



Según Inchaústegui y Ugalde (2004), el género también es reconocido como un principio organizativo en la vida social pues a partir de la diferencia sexual y de una construcción sociocultural establece una jerarquía que expresa una diferenciación social, económica y política entre hombres y mujeres, así como grupos de hombres y mujeres. La jerarquía de género se refiere a un conjunto de costumbres, valores, reglas, normas y leyes que regulan a las sociedades y moldean subjetividades.

La construcción social de género moldea patrones de la vida cotidiana, por ejemplo, a través de la separación entre lo público y lo privado o, a partir de la división sexual del trabajo, esta última implica que las mujeres tengan la responsabilidad del trabajo de reproducción y cuidados, tareas que estructuran la vida cotidiana, el cual está caracterizado por una relación social de subordinación respecto a los hombres.

Estructurar la vida cotidiana en función del género se traduce en jerarquías y dinámicas donde las mujeres que participan como representantes de sus familias en programas de apoyos condicionados están sujetas a pautas de comportamiento que implican prácticas sociales de la vida cotidiana, por ejemplo, se encuentran sujetas a ser receptoras de apoyos monetarios los cuales indirectamente les obliga a cumplir y hacer que el resto de sus familias cumplan con corresponsabilidades, cómo seguir cierto patrón de consumo relacionado a la alimentación y útiles escolares, organizar su tiempo para determinadas tareas de cuidado en la población infantil o que si estas mujeres cuentan con actividades laborales remuneradas deben flexibilizarse para poder amoldarse a los requerimientos de este tipo de programas

Eje 2. La intervención social del Estado y la visión de desarrollo

En determinado momento las políticas públicas comenzaron a considerar necesaria la incorporación de las mujeres al desarrollo, derivado de ello surgieron distintas visiones sobre cómo deberíamos de ser incluidas y de qué manera. Por ello debemos comprender qué es la política pública, este concepto es fundamental para el análisis de problemas sociales, existen diversas perspectivas sobre su significado, Joan Subirats (2008, p.35) la reconoce como una serie de acciones o decisiones tomadas por distintos actores públicos y no públicos, con la finalidad de resolver un problema colectivo. Estas decisiones dan lugar a actos formales con determinado grado de obligatoriedad pues tienden a modificar la conducta de grupos sociales que se supone originaron al problema colectivo.

Sin importar desde qué perspectiva se aborde se coincide en que la política pública está dirigida a la resolución de problemas, pues reconoce un problema como público y lo incorpora a una agenda de temas de interés que requiere intervención y respuesta gubernamental. Este último elemento nos conduce a hablar sobre cuál y cómo se efectúa la respuesta del sistema político administrativo ante una situación de la realidad social calificada como inaceptable, sin embargo,

no todas las demandas sociales se incorporan a las agendas de asuntos de interés público a la vez que no todas estas obtienen una respuesta de atención por parte del gobierno.

En términos generales la política social se dirige a la construcción de equilibrios dentro de la sociedad, también sirve como un puente entre Estado y sociedad. Durante la búsqueda de equilibrios debería resolverse la exclusión de grupos sociales. Plantear cambios en la relación Estado economía y sociedad o plantear una nueva estrategia de desarrollo implicaría dar lugar a cambios en materia de política social, para América latina después de cuatro décadas del modelo neoliberal es evidentemente necesaria la transformación en las estrategias de desarrollo y de intervención pública (política social).

Enfoques de la política social en América Latina

Rumbo a finales de la década de los años ochenta, a partir del Consenso de Washington (CW) se llevó a cabo un programa de ajuste económico en América Latina. Este programa creó una guía sobre la formulación de desarrollo en los países de la región, de esta manera se instauró el modelo económico neoliberal. Las características más notorias en materia de política social fueron la reordenación de prioridades en el gasto público como la liberalización del comercio e inversión extranjera, privatizaciones, desregulación y flexibilidad en derechos de propiedad.

El CW se sustenta en que el papel del Estado debe reducirse ya que el sector privado es más eficiente y transparente que el público respecto a la gestión de recursos, por ello el Estado debe actuar como un facilitador de negocios para el sector privado y únicamente debe intervenir como regulador en las anomalías de mercado. El CW es un conjunto de políticas económicas neoliberales que se impusieron en América Latina desde los años 80, con el apoyo de organismos internacionales como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.

Estas políticas se basaron en la desregulación, la privatización, la apertura comercial y la reducción del gasto público, entre otras medidas, con el supuesto objetivo de promover el crecimiento y el desarrollo. El CW ha sido ampliamente criticado desde el pensamiento crítico, por sus efectos negativos sobre la economía, la sociedad y la soberanía de los países latinoamericanos.

En el marco de la reestructuración neoliberal se concibió el nuevo Marco Integral de Desarrollo (MID) como un instrumento de gestión para medir el balance entre dos dimensiones: la representación macroeconómica y los aspectos estructurales sociales y humanos. Consiste en una matriz de coordinación de políticas para el desarrollo sostenible y el alivio de la pobreza, sin embargo, esta no distingue entre sexo ni género.



No reconoce la desigualdad de género en las prácticas sociales ni en la organización de la reproducción social, de manera que el análisis del MID se traduce en crecimiento económico sin bienestar a los ciudadanos. Si bien el crecimiento es un requisito en la reducción de la pobreza, no es suficiente. En la reducción de la pobreza el bienestar juega un papel importante, está relacionado con el crecimiento y mejora de las capacidades humanas por ello no incluirlo en el análisis social conlleva a una política económica limitada.

Las acciones del Fondo Monetario Internacional concluyeron en diversas experiencias en los países de América Latina, en algunos casos hubo crisis macro o recesiones prolongadas y décadas perdidas (como sucedió con México), en consecuencia las redes de seguridad social tuvieron que afrontar grandes niveles de pobreza y desigualdad, pero la consecuencia más grave que el Consenso de Washington fue el cambio de roles y responsabilidades del Estado sobre la atención de necesidades y problemáticas sociales, esto desdibujó su función en la búsqueda de equilibrios sociales. La nueva estructura conceptual neoliberal cambió elementos como compensación, focalización y combate a la pobreza por un impulso a esquemas de privatización y descentralización de la acción social alteró las fronteras en los ámbitos de competencia, responsabilidad y recursos entre lo privado y público.

Eje 3. La política social como intervención social

Desde la perspectiva del desarrollo social, la intervención del Estado mediante la política social es un elemento principal para la atención de necesidades y problemas de la agenda pública que afectan a grupos sociales, a partir de este punto de vista la política social también es un proceso de lineamientos, decisiones, normas y acciones por ello existe una relación entre el trabajo social y la política social.

El/la trabajador/a social actúa en el ámbito de las relaciones entre sujetos sociales y Estado, desarrollando un conjunto de acciones socio educativas que terminan por incidir en la reproducción material y social de la vida, tanto individual como grupal y familiar. La intervención de la política social se da en un doble sentido, por un lado, con el objetivo de concretar los derechos sociales a la vez que mejora condiciones materiales de existencia y de calidad de vida, pero también debería de posibilitar el desarrollo de marcos institucionales para la actuación gubernamental que aseguren el ejercicio de los derechos de la población.

La política social de atención a la pobreza en México: el programa Progres- Oportunidades- Próspera (POP)

Para las familias en condición de vulnerabilidad la implementación de una política social para la atención de la pobreza es fundamental pues reconoce a ésta como un problema identificado dentro de la agenda gubernamental, igualmente es importante reconocer la inequidad de género



como otro problema social de agenda internacional, debido a que éste significa establecer compromisos a nivel mundial para impulsar la modificación en las relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres, tanto en lo privado como en lo público. El POP corresponde a un paradigma de política social derivado de la agenda de reformas del Consenso de Washington, la unidad de intervención social del POP es: la familia, debido a que se asocia a las necesidades humanas y permite el desarrollo de redes de sustento que constituyen el bienestar de las personas, según señala Jelin (2005), La familia es considerada un modelo tradicional porque representa una estructura de poder a partir de la diferencia sexual. Si revisamos el papel de las mujeres que asigna el POP, podremos reconocer que existe la presencia del patriarcado como un eje vertebrador de la dominación y que la condición de ciudadanía para las mujeres se encuentra invisibilizada. Jelin (2005).

La Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL), ha señalado la existencia de una crisis en los cuidados dentro de los hogares que se asocia a la existencia de familias con una división tradicional del trabajo, cuando el Estado incumple en sus tareas de reproducción social opta por transferirlas a las familias, especialmente a las mujeres porque esto representa ahorros presupuestales. Bajo esta óptica se reconoce que el trabajo de cuidado infantil y de personas adultas mayores representan una sobrecarga para las mujeres, carga que se incrementa en hogares pobres. se podría meter un dato estadístico. (Arrigada, 2005, p.85)

Destacan cuatro efectos adversos de la dinámica de la globalización en la economía mexicana: la incapacidad de generación de empleos, precariedad de ingresos, disminución en la capacidad de ahorro y aumento de la pobreza y de la marginación urbana.

En este contexto el sistema económico ha traído repercusiones sobre el trabajo femenino extra doméstico, teniendo en mente que la participación de las mujeres en los mercados de trabajo ha aumentado en las últimas décadas. Las consecuencias de la globalización han modificado la estructura y funciones familiares en las familias, han traído mayor vulnerabilidad económica y un aumento en la participación laboral de los distintos miembros de la familia. Sin embargo, a pesar de la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo su participación en el trabajo doméstico sigue siendo predominante, lo cual se traduce en una doble jornada de trabajo.

Frente a este fenómeno es indispensable revisar la intervención del Estado, pues su papel es fundamental en la determinación de condiciones de trabajo dignas y en la generación de condiciones de vida que disminuyan la tensión entre la familia y el trabajo. El POP es una forma de intervención del Estado, en este programa se asigna a las mujeres como titulares beneficiarias, reforzando el rol tradicional de responsabilidad sobre el trabajo doméstico y cuidadora de los integrantes del hogar. Estas políticas públicas buscan intervenir para conformar un modelo de desarrollo asociado a valores culturales con el objetivo de fortalecer las funciones que cumplen las familias dentro de este modelo, por ello sus objetivos están referidos a fortalecer a las familias

respecto a sus funciones de reproducción, socialización, herencia, filiación y aseguramiento de las condiciones materiales de vida, sin embargo hay variables que no están siendo tomadas en cuenta como la distribución del tiempo entre el trabajo doméstico y el extra doméstico.

Esta vertiente es importante para el análisis de la situación de desventaja que enfrentan las mujeres en diversos planos de la vida social. La desigualdad de las mujeres que ha sido establecida por la división sexual del trabajo implica una segregación ocupacional, pues en promedio una mujer dedica más tiempo al trabajo doméstico además de su participación en actividades no domésticas.

Las mujeres titulares del POP se “etiquetan” por tipo de apoyo educativo, alimentario y de adultos mayores. Lo cual representa que la capacidad de decisión de las mujeres sobre cómo se utilizan esos recursos es limitada pues si se considera que todos los apoyos están asociados al gasto de las familias, entonces no está dirigido en ser un beneficio para las mujeres, más bien son receptoras para dispersar el recurso en la atención de necesidades de supervivencia familiar.

De manera general la percepción de las mujeres sobre el POP no reconocía la existencia de este programa como una responsabilidad del Estado para la provisión de lo mínimo indispensable para la atención a la extrema pobreza en la cual se encuentran, más bien la reconocen como un buen gesto del gobierno. Las titulares otorgan un gran valor al POP por los beneficios que ofrece y las oportunidades que significan para sus hijos como la posibilidad de tener una mejor alimentación, comprar cosas personales y escolares, así como certidumbre de que las infancias no abandonarán sus estudios por falta de dinero.

Es evidente que si bien existe un impacto positivo en la vida diaria de estas mujeres y sus familias no todo se resuelve con transferencias monetarias, pues el Estado sigue incumpliendo su función de redistribuir la riqueza y crear condiciones de trabajo digno para las mujeres, así como promover acciones para la equidad de género. De hecho, el programa no cuenta con una perspectiva de género que promueva cambios en los roles de género, no se habla de una mayor participación por parte de los hombres en el cumplimiento de las corresponsabilidades tanto del POP como en las labores del hogar y en el cuidado de los hijos, es notoria la idea de que las mujeres tienen una responsabilidad histórica de garantizar la reproducción social y cotidiana de la humanidad.

El POP muestra que al menos de forma implícita no se encuentra considerada la concepción de igualdad de género, pues no existe igualdad por entregar dinero a las mujeres, por el contrario, se presenta una sobrecarga de trabajo a las titulares que repercute en la atención entre la vida laboral y la doméstica. Las políticas sociales de atención a la pobreza que incorporan a las mujeres como la base de operación para sus programas han sido cuestionadas sobre el impacto que tiene en la autonomía de las mujeres, como se mencionó anteriormente el tiempo es un factor relevante

que nos muestra quién tiene una mayor cantidad de responsabilidades, para las mujeres las corresponsabilidades implicadas por la titularidad en un programa social agudizan la problemática de conciliación entre el funcionamiento de sus familias y el trabajo remunerado. Desde una perspectiva de género, deberían redefinirse los objetivos, bases y proyectos que son determinantes en cómo participan las mujeres y cómo serán afectadas.

Eje 4. La participación ciudadana vista como medio y fin para la intervención social que subyace a la política social.

Las políticas sociales juegan un papel central en el conjunto de las políticas públicas que están encaminadas a la atención de problemas como la pobreza y exclusión social de grupos sociales, la expresión del masivo empobrecimiento y la urbanización de la pobreza ha orillado a que las políticas sociales diseñadas y destinadas a medios rurales (como sucede con el POP) ahora también se apliquen a las zonas urbanas del país.

Llevar a cabo un giro en la aplicación de la política social al trasladar indistintamente la operación de un programa que inicialmente fue diseñado para la pobreza rural a espacios urbanos, ha generado cuestionamientos pues es necesario señalar que ambos contextos tienen características diferentes y en consecuencia su participación ciudadana también será distinta.

Participación e intervención social

La participación es un concepto indispensable en la planeación e intervención de política social, la participación y la intervención social han sido impulsadas desde organismos financieros internacionales que diseñan propuestas de desarrollo para países latinoamericanos. La participación se plantea desde tres elementos: funcionalidad a partir de necesidades que resuelven, respecto a la estructura generada por tal acción, la capacidad de conciencia de los sujetos respecto al proceso participativo y a lo que obtienen de esa acción.

Para abordar la relación entre participación e intervención social desde la perspectiva del trabajo social es preciso recurrir a las teorías sociales sobre el cambio social, ya que establecer las bases del proceso de cambio se definirá dentro de las mismas, si se quieren generar procesos de participación se tiene que recurrir a la explicación y a proponer un proceso de transición de la no participación a la participación. De manera que, la participación e intervención social van de la mano pues la última se convierte en un instrumento para avanzar en políticas donde las personas, grupos y colectivos que no tienen un acceso a mecanismos de participación social comiencen a ser incluidos directamente.

Sabiendo que la respuesta gubernamental se expresa a través de programas sociales orientados a la atención de la pobreza (para esta investigación el POP) en el cual la participación

de las mujeres que figuran como titulares de sus familias representan actores de intervención social, es fundamental revisar qué elementos nos permiten comprender la conexión entre participación política social de las mujeres y su conexión con los procesos de igualdad de género. A través del recorrido de elementos teóricos sobre cuatro cuestiones definidas: vida cotidiana, desarrollo, política social y participación, se puede identificar cómo este conjunto de conceptos e interrelaciones configuran un modelo de análisis.

La perspectiva de este modelo pretende apoyar en el diseño de estrategias de intervención enmarcadas en programas sociales de apoyos condicionados, para que logren integrar a su diseño e intervención social al trabajo social y procesos sobre igualdad de género. Este modelo se ubica en una perspectiva de herramienta de análisis de la realidad social para comprender dos esferas y su interrelación: la estructural y la de acción social de los individuos.

La estructura social implica un conjunto de determinadas relaciones sociales que derivan en un sistema económico y la segunda esfera se refiere a los individuos que a través de su acción social cargan de un sentido y significado en función de su relación con otros. Se asume que ambas esferas se concretan en el ámbito de la vida cotidiana de manera que se reconoce este espacio donde ocurren y adquieren sentido - significado todas las relaciones que permiten la construcción de la subjetividad e intersubjetividad, así la vida cotidiana resulta un concepto fundamental en este modelo de análisis, es la vida cotidiana un elemento articulador “bisagra” que permite la interrelación cotidiana entre las esferas: estructural y de acción social.

Desde una perspectiva diferente sobre la estructura social, el Estado es un componente principal porque permite adherir y dirigir la organización social bajo determinada lógica de funcionamiento, la cual debe estar basada en corresponder a las necesidades de producción y reproducción del sistema productivo. Pero desde nuestro análisis, el Estado en la sociedad mexicana representa un componente desencadenante para la intervención social en un marco de acción sustentado en la democracia como una forma de vida.

Bajo esta premisa es necesario enfatizar en la orientación de la intervención social pues no sería idóneo sostener que los programas sociales pueden impulsar la igualdad de género y la construcción de la ciudadanía, de manera que siguiendo la lógica del modelo de análisis al Estado se le asocia con el concepto de desarrollo y con la misión fundamental de darle sentido, orientación y cauce a la evolución de la sociedad. Por otro lado, la participación también es un concepto base debido al alcance de intervención social que subyace en la acción generada por los programas sociales, puede observarse que las prácticas sociales suponen comportamientos sociales específicos de quienes resultan titulares del POP, por lo tanto, obedece a reconocer qué tipo de participación desarrollen y desde el marco de la política social cuál es su orientación y alcance. Esto teniendo en mente que hay perspectivas no reconocidas en la intervención de las mujeres en

los programas sociales, sin embargo, sigue siendo un componente que determine el logro o deficiencia en los resultados de las intervenciones gubernamentales.

En este modelo de análisis se plantean cuatro procesos sociales (los cuales el POP no da indicios de presentarlos ni impulsarlos) relacionados a la participación e intervención social desde el trabajo social científico, estos resultan clave en la construcción de igualdad de género y ciudadanía: organización, cooperación, cohesión y ejercicio de derechos.

En una perspectiva de género debe existir elementos asociados a la participación de las mujeres en programas sociales, con objetivos como orientar e intencional el empoderamiento, entendiéndolo como un proceso asociado a modificar relaciones de poder. La igualdad de género debe colocarse como un componente esencial para la construcción de la ciudadanía, implicando la necesidad de modificar las relaciones de poder, reconocer que las mujeres tienen menos posibilidades que los hombres de realizar elecciones sobre aspectos estratégicos de sus vidas y plantear la importancia de que las intervenciones de la política pública deben impulsar procesos que susciten cambios en la vida cotidiana que generen participación femenina. La capacidad de elegir resulta ser un factor clave para el proceso de empoderamiento, la capacidad de elegir constituye tres elementos: condiciones que impliquen alternativas de elección, consecuencias y potencial transformador, refiriéndonos a la trascendencia de la elección en términos de cuestionar o reproducir desigualdades sobre el orden social de género.

Autores como Nussbaum a través de Murguialday (2006, p.29), nos sugieren que la política no debería tratar a las personas como soporte de otras personas, pues cada una tiene un plan de vida diferente del otro, por lo tanto, la política debe realizar sus propios planes para constituirse como un agente de igualdad de oportunidades. De ahí la importancia sobre la construcción de la igualdad de género y ciudadanía, debido a que las intervenciones para el desarrollo que se instrumentan desde la política social tendrían que comprender los procesos asociados a la participación como la organización, cohesión, cooperación y ejercicio de derechos. En el ámbito de las prácticas sociales tendría que revisarse la participación de las mujeres en el POP con una perspectiva de género, a través de conceptos como autonomía en la toma de decisiones, conciencia del derecho a una vida libre de violencia, redistribución del trabajo de cuidados y conciliación entre la vida personal-familiar-laboral.

La autonomía tiene un lugar principal en este proceso porque supone que hay prácticas relacionadas con la igualdad de género en tanto que la participación en la toma de decisiones representa un aspecto fundamental al momento de generar cambios sobre la vida cotidiana de las mujeres, cambios relacionados a su posición y condición de género pues tiene efectos en sus relaciones y jerarquías como sucede en el bienestar y calidad de vida. Otra dimensión importante es la de la distribución de la subordinación, la cual se deriva de la división sexual del trabajo donde a las mujeres se les ha asociado al ámbito privado, reproductivo y doméstico mientras que la

dimensión del reconocimiento se ha construido a partir del sistema patriarcal. Es necesario reconocer la subordinación de las mujeres para propiciar cambios a través de acciones que respalden la autonomía de participación en decisiones clave de la política social, así como iniciar procesos relacionados a las prácticas sociales con el objetivo de reconocer la relación entre la subjetividad de los sujetos y su intersubjetividad relacionadas a sus contextos.

Reflexiones finales

En este texto se han integrado las siguientes reflexiones, basadas en el análisis realizado. La primera conclusión es que la intervención social para combatir la pobreza desde un programa social que no tiene un sustento científico que justifique la relación entre la esfera estructural y la esfera de los individuos y su acción social, puede conducir a un marco explicativo que individualiza los problemas, lo que limita el diseño y la construcción conceptual de la intervención política. Además, la política social mexicana y su intervención social tienen una contradicción entre lo que dicen y lo que hacen, por un lado, hay un discurso que plantea como factor clave el desarrollo humano, el impulso a la formación y evolución de las capacidades humanas, pero su política social no lo promueve, sino que lo inhibe, y anula elementos incipientes de estas capacidades.

El pensamiento sistémico o social conformismo impulsa los operadores del POP y modela la participación de las mujeres al fomentar el individualismo, la subordinación y jerarquización de ellas, lo que lleva a prácticas sociales diversas que dependiendo de características asociadas a la subjetividad de las titulares dan lugar a distintos tipos de participación. Desde la perspectiva de género se concluye que el POP reforzaba el rol de madres como únicas responsables del bienestar familiar se debe diseñar una intervención social sustentada desde el trabajo social científico que permita a través de instrumentos y procesos dirigidos a la igualdad de género y la cotidianidad modificaciones en el papel de madres-esposas. La intervención social debe apuntar a lograr la visibilidad y reconocimiento del trabajo de cuidado, así como de la generación de procesos para la redistribución en las familias.

La operación del POP requiere la participación de las mujeres para asegurar la reproducción de componentes como educación, salud y alimentación, así como de la distribución del dinero del programa, lo cual genera instancias y mecanismos de participación comunitaria (Comités de Promoción Comunitaria), los cuales se sustentan en las titulares de los programas y la participación de estas, sin embargo, no existen incentivos para impulsar procesos de organización y cooperación.

Es notable que las titulares no tienen certeza para incorporarse, lo cual genera una deficiencia en la focalización de apoyos, la estructura operativa del programa impide que las mujeres desarrollen iniciativas de organización por lo que termina imponiendo una subordinación

en función de los apoyos monetarios, pues las titulares se someten porque necesitan cubrir sus necesidades materiales de supervivencia. Finalmente, y respondiendo a nuestra pregunta inicial ¿qué elementos de intervención social derivados de la operación del programa suscitan o inhiben procesos de igualdad de género? el programa impone determinadas pautas laborales a las mujeres, esto representa asistir a reuniones que pueda convocar el programa y es obligatorio asegurar dicha asistencia, de lo contrario un incumplimiento podría causar una baja. Esta situación no tiene en consideración el trabajo de cuidados, se está suponiendo que las titulares tienen una disponibilidad del tiempo permanente para atender un esquema de condicionalidades sin embargo no es así, las titulares son amas de casa y esto boicotea la posibilidad de que se encuentren o desarrollen una vida sistemática y satisfactoria (a través de empleos remunerados), sin embargo estas reuniones también representan la posibilidad de que las titulares se conozcan entre sí y creen relaciones de apoyo.

Los elementos identificados a lo largo de este estudio representan pistas para configurar una nueva construcción en el modelo de análisis de políticas públicas, un modelo donde el desarrollo sea integrado en la visión del Estado para en el futuro diseñar políticas de organización social.

Referencia bibliográfica

Arriagada, I. (2005). Dimensiones de la pobreza y políticas desde una perspectiva de género. En, revista de la CEPAL 85

Incháustegui T. y Ugalde (2004) Materiales y Herramientas Conceptuales para la Transversalidad de Género. Observatorio Ciudadano de Políticas de Niñez. Inmujeres/Gobierno del Distrito Federal. Disponible en:

<https://www.google.com.mx/#q=Materiales+y+Herramientas+Conceptuales+para+la+Transversalidad+de+Género.+Observatorio+Ciudadano+de+Pol%C3%ADticas+de+Niñez>
Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2016.

Jelin, E. (2010) Pan y Afectos: La transformación de las familias. México, FCE.

RaubER, I. (2015) ponencia en Encuentro de Maestría de Trabajo Social, Unidad de Posgrado UNAM, noviembre 2015 137

Rodríguez, C. (2006) Las mujeres en el programa Progresá-Oportunidades. Una aproximación al Estado del arte. México: El Colegio de México.

Roitman, M. (2004). El pensamiento sistémico. Los orígenes del social conformismo. México: Siglo XXI.

SCHÜTZ, A. (2008) El problema de la realidad social. Buenos Aires: Amorrortu.

SUBIRATS, J. et.al. (2008) Análisis y gestión de las políticas públicas. España: Ariel.



Conflicto de interés

Los autores de este trabajo declaran no tener conflicto de interés.

Información adicional

La correspondencia y las solicitudes de materiales sobre este escrito deben dirigirse al autor al correo electrónico proporcionado.

Las impresiones y la información sobre permisos están disponibles en el siguiente enlace:

https://www.revistas.up.ac.pa/index.php/contacto/aceso_reuso

