



UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

GRAPHOS
MEDIA

ISSN L 3072-9777

GRAPHOSMEDIA

Revista Científica de la Facultad de Comunicación Social

Vol. 1, N° 1. Noviembre 2024 - Abril 2025. Publicación Semestral





Graphosmedia

Revista Científica de la Facultad de Comunicación Social

Volumen 1, Número 1
Noviembre 2024 a abril de 2025

Publicación Semestral



Autoridades Universitarias

Dr. Eduardo Flores Castro
Rector

Dr. José Emilio Moreno
Vicerrector Académico

Dr. Jaime Javier Gutiérrez
Vicerrector de Investigación y Postgrado

Mgter. Arnold Muñoz
Vicerrector Administrativo

Mgter. Ricardo Him Chi
Vicerrector de Extensión

Mgter. Mayanín E. Rodríguez C.
Vicerrectora de Asuntos Estudiantiles

Mgter. Ricardo A. Parker D
Secretario General

Mgter. José Luis Solís
Director General de los Centros Regionales y Extensiones Universitarias

Mgter. Edgardo Murgas Álvarez
Decano de la Facultad de Comunicación de Social

Mgter. Enerida de De la Cruz
Vicedecana de la Facultad de Comunicación de Social

Mgter. Alcira Prieto
Secretaria Administrativa de la Facultad de Comunicación de Social



EQUIPO EDITORIAL

DIRECTOR

Mgter. Jaime Beitia

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

Jaime.beitia@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0007-7124-5637>

EDITOR JEFE

Dr. Arturo Coley Graham

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

Arturo.coley@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0007-5293-7734>

Comité Editorial

Dra. Mileidy Tiza Martínez

Universidad Central Marta Abreu
de Las Villas Cuba.

Habana, Cuba

mtmartinez@uclv.cu

<https://orcid.org/0000-0001-5670-0696>

Dr. Bladimir Cedeño

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

Ciudad de Panamá, Panamá

Bladimir.cedeno@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-4927-0197>

Mgter. Carolina Acevedo

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

Ciudad de Panamá, Panamá

Carolina.acevedo@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0003-4626-0118>

Dr. Evelys Díaz

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

Ciudad de Panamá, Panamá

Evelys.diaz@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0002-3872-9564>

Dra. Ana Edilma Pérez

Universidad de Panamá,
Facultad de Administración de Empresa.

Ana-e.perez@up.ac.pa

<https://orcid.org/0000-0003-1788-2823>



Comité Científico

Mgter. Reisa Vega

Universidad Autónoma de Chiriquí.
Reisa.vega@unachi.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0006-3881-8846>

Mgter. Roberto Pinto

Consultor
roberto.pinto-r@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0007-0676-3243>

Mgter. Abilio Moreno

Universidad Metropolitana de Ciencia y
Tecnología
Abimor17@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2204-953X>

Dra. Mileidy Tiza Martínez

Universidad Central Marta Abreu
de Las Villas Cuba. Habana, Cuba
mtmartinez@uclv.cu

<https://orcid.org/0000-0001-5670-0696>

Mgter. Carlos Atencio

Director del Siglo
carlosatencioatencio@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0002-3598-8533>

Comité Técnico

Marcación

Mgter. Kenia Salazar

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

kenia.salazar@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0005-9442-1715>

Diagramación de artículos

Mgter. Jorvan D´Orcy

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

jorvan.dorcy@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0009-9164-4787>

Administrador de Redes Sociales

Mgter. Zenaida Fossatti

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

zenaida-j.fossatti-p@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0008-6717-3930>

Diseño de Portada 2024

Mgter. Jorvan D´Orcy

Universidad de Panamá, Facultad de
Comunicación Social.

jorvan.dorcy@up.ac.pa

<https://orcid.org/0009-0009-9164-4787>



EDITORIAL

Con gran sentido de responsabilidad, presentamos el primer número de nuestra revista científica Graphosmedia, revista científica, un espacio dedicado a la investigación, el análisis y la divulgación del conocimiento en diversas áreas de la ciencia. Este proyecto representa el esfuerzo colectivo de investigadores, académicos y profesionales comprometidos con el avance del conocimiento y la excelencia académica.

En este primer número, nuestros lectores encontrarán artículos que reflejan la diversidad de ideas y enfoques en distintos campos de estudio, desde investigaciones empíricas hasta revisiones teóricas.

Nuestro objetivo es proporcionar una plataforma para trabajos originales y significativos que aborden los retos y oportunidades de nuestro tiempo.

Cada contribución ha pasado por un riguroso proceso de revisión por pares, asegurando que solo los trabajos de mayor calidad y relevancia científica formen parte de nuestras páginas.

En un mundo cambiante, donde la información circula con rapidez y los avances científicos alcanzan una difusión inmediata, es más importante mantener un compromiso firme con la ética y el rigor.

Cada artículo publicado ha sido evaluado no solo por su contenido, sino también por su adherencia a los principios éticos fundamentales de la investigación. Queremos ser una revista que inspire confianza y credibilidad, que no solo divulgue el conocimiento, sino que también fomente una práctica científica responsable.

La ciencia avanza a través de la colaboración y el intercambio constante de ideas. En este sentido, invitamos a académicos, investigadores y estudiantes a ver esta revista como un espacio abierto, donde pueden compartir sus investigaciones, debatir con colegas de otras disciplinas y contribuir a una red de conocimiento global.

La colaboración interdisciplinaria es un pilar esencial de nuestra visión, y creemos firmemente que, al trabajar juntos, podemos encontrar soluciones innovadoras a problemas complejos.

Este primer número es solo el comienzo de lo que esperamos, sea una larga y fructífera trayectoria. Nos comprometemos a mejorar y crecer con cada edición, escuchando a nuestra comunidad científica y adaptándonos a los cambios y necesidades de la academia.

Deseamos seguir siendo un recurso valioso para investigadores y estudiantes, un puente entre el conocimiento académico y la sociedad.

Finalmente, agradecemos profundamente a todos aquellos que han contribuido a hacer realidad este proyecto: a los autores, revisores, editores y lectores. Su confianza y participación son el verdadero motor detrás de esta revista. Nos sentimos honrados de contar con ustedes en esta travesía hacia el descubrimiento, y esperamos que este sea el primero de muchos números que inspiren, informen y transformen.

¡Bienvenidos a este nuevo espacio de conocimiento, ciencia e innovación!


Magister EDGARDO MURGAS ÁLVAREZ
Decano



Contenido

	Págs.
Editorial	6
Revisión teórica sobre la representación social de las mujeres en los medios de comunicación masivos	8
Impacto de las tecnologías emergentes en la producción audiovisual: un estudio preliminar	24
La formación de la competencia literaria: un reto para lograr una educación de calidad	30
Bioética, los derechos humanos y su importancia en el profesional de la comunicación social	43
Tiempo en pantalla destinado a la niñez en medios informativos de canales de televisión abierta, panamá	61
Periodismo digital aplicado a la divulgación de contenidos y actividades en centros educativos	73
Empleo de tecnología y redes sociales en oficinas de relaciones públicas del sector público panameño	85
Musicalización en producciones de televisión y cine: uso de inteligencia artificial y tecnologías globales	102



Revisión teórica sobre la representación social de las mujeres en los medios de comunicación masivos

Theoretical review of the social representation of women in the mass media

Claudia Figueroa Pino

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá

claudia.figueroa@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0002-5136-6590>

Recibido: 16 mayo 2024

Aceptación: 17 agosto 2024

DOI

Resumen

El artículo es una revisión de la literatura de las investigaciones sobre la representación social de las mujeres y otros actores sociales, que publican los medios de comunicación de masas en español. El objetivo es conocer los fundamentos teóricos del tema y el estado del problema, mediante la sistematización de las investigaciones publicadas en bases de datos accesibles en línea., así como conocer las metodologías utilizadas en este tipo de estudios. Para esto, se revisaron cerca de 50 documentos enlazados al portal Google Académico, detectados mediante el uso de las palabras claves en el buscador. Cada documento que coincidía con las variables representación social y medios de comunicación de masas fue seleccionado y revisado según los criterios de alcance y actualidad. Luego se tomaron apuntes de los datos generales, de las ideas teóricas pertinentes, así como de los resultados más importantes de cada estudio. Por último, se confirmó que, en Panamá, hasta el momento, no se ha publicado ninguna investigación sobre las representaciones sociales de las mujeres u otros actores sociales, en los medios de comunicación de masas. No obstante, se identificaron quince investigaciones realizadas por profesionales en instituciones de educación superior en España y otros países de Latinoamérica., de las cuales siete coinciden con las variables principales, de la línea de investigación que se propone desarrollar en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá.

Palabras clave: mujer periodista, educación, medios de información, investigación social



Abstract

The article is a literature review of research on the social representation of women and other social actors, published by the mass media in Spanish. The objective is to know the theoretical foundations of the topic and the state of the problem, through the systematization of research published in databases accessible online, as well as to know the methodologies used in this type of studies. For this, about 50 documents linked to the Google Scholar portal were reviewed, detected through the use of keywords in the search engine. Each document that coincided with the variables of social representation and mass media was selected and reviewed according to the criteria of scope and timeliness. Notes were then taken of the general data, the relevant theoretical ideas, as well as the most important results of each study. Finally, it was confirmed that in Panama, to date, no research has been published on the social representations of women or other social actors in the mass media. However, fifteen investigations carried out by professionals in higher education institutions in Spain and other Latin American countries were identified, of which seven coincide with the main variables of the line of research that is proposed to be developed in the Faculty of Social Communication of the University of Panama.

Keywords: women journalists, education, media, social research, social research

Introducción

La representación social de las mujeres en los medios de comunicación de masas es el objeto de estudio con el cual se inicia una línea de investigación a partir de la formación doctoral en ciencias de la comunicación, que desarrolla la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Panamá. La primera investigación que se realizará entre los años 2024 y 2025, será sobre la representación social de las mujeres en los periódicos impresos de circulación nacional en Panamá. Y en adelante se contará con un diseño metodológico para estudiar la representación de otros actores sociales, en los contenidos informativos de los periódicos panameños.

El propósito de esta línea de investigación es generar evidencias sobre la calidad de la información periodística, en relación a la pluralidad del discurso público y a la participación equitativa de la diversidad de actores sociales que conforman la sociedad panameña. Con estas evidencias, el siguiente paso es proponer políticas públicas y acciones que generen cambios enfocados en los derechos de las audiencias y en el derecho humano de acceso a la información de calidad y a la libertad de expresión.

Cabe destacar que, sobre este tema, hay pocas investigaciones publicadas durante la última década en las bases de datos accesibles en internet. No obstante, existen artículos de investigaciones realizadas en los últimos 25 años con la variable representaciones sociales,



aunque con la diferencia del actor y el medio que se analiza. En estos casos, no solo las conclusiones de los estudios ofrecen luces sobre el problema, sino que las metodologías utilizadas significan un aporte a esta línea de investigación.

Por lo anterior, es importante señalar que el problema que motivó a conocer este tema radica en la hipótesis de que la representación social de las mujeres que se difunde en los medios de comunicación de masas en Panamá es inequitativa con respecto a los hombres. Por lo cual, la primera investigación a desarrollar que se enmarca en este tema será para describir y analizar, cuantitativo y cualitativamente, la representación social de las mujeres según los contenidos publicados en los periódicos impresos de circulación nacional en Panamá. Esto responde a un contexto nacional donde no existen políticas públicas para el ejercicio de la comunicación social, ya que las normativas que regulaban la actividad fueron derogadas por la Ley 22 de 2005. Así mismo, existe una alta concentración de empresas de medios de comunicación en pocas manos, de grupos del poder económico y político partidista. Situaciones que han gestado la baja calidad de la información periodística y la utilización de contenidos violentos hacia las mujeres en las portadas y contraportadas de los periódicos más vendidos del país, con el fin de mantener la venta de los ejemplares impresos, según sus propios directivos.

Finalmente, este artículo de revisión teórica está estructurado desde el inicio con esta introducción, luego se detalla el método de búsqueda de la información, se desarrolla el análisis de los materiales encontrados y se valoran los resultados. Este punto, se aborda desde la parte teórica del concepto de las representaciones sociales, con los planteos de tres autores: Emile Durkheim, Serge Moscovici y Denise Jodelet. En último lugar se presentan algunas recomendaciones y las referencias utilizadas.

Metodología

La metodología utilizada para encontrar la información científica sobre la representación social de las mujeres en los medios de comunicación de masas fue la revisión de información, selección y análisis de contenido cualitativo. Para ello se decidió ingresar a la base de datos de Google Académico ya que, a juicio de la investigadora, en este portal se encuentran vinculados la mayoría de los textos académicos publicados en diferentes bases de datos digitales accesibles en línea.

Luego, se utilizaron palabras claves para buscar la información. En primer lugar, se buscó el concepto representaciones sociales y se encontraron capítulos de libros, en el caso del texto de Serge Moscovici y Denise Jodelet, así como artículos en revistas científicas, que sintetizaban los



resultados de indagaciones que tenían como variable la teoría de las representaciones sociales. Ambos tipos de textos fueron fuentes de información para seleccionar conceptos teóricos sobre las representaciones sociales.

Con la información necesaria sobre el concepto de las teorías de las representaciones sociales, el paso siguiente fue identificar textos de tesis, monografías, informes o artículos científicos que sistematizaran los resultados de investigaciones que tuvieran relación directa, con el problema de la representación social de las mujeres en los medios de comunicación masas. En esta línea, se detectó una investigación en España cuyo tema coincidía con las dos variables: representación social de las mujeres y medios de comunicación de masas. De igual forma, se encontraron otras que tenían la variable principal, pero la representación estudiada no era sobre las mujeres en los medios de comunicación de masas. Por lo cual, se seleccionaron los resultados de las investigaciones que más se asimilaron al problema estudiado, ya sea por el actor social o por el contexto de la representación. Es importante destacar que, en esta labor, se identificaron y leyeron 50 documentos digitales.

Resultados

Como resultado del análisis de contenido cualitativo, de la revisión teórica sobre la representación social de las mujeres en los medios de comunicación de masas, que se desarrolló durante varias semanas entre los meses de octubre, noviembre y diciembre de 2023, mediante el acceso a bases de datos académicas y científicas en formato digital en línea, se seleccionó y sistematizó la información, primero sobre la definición conceptual de las representaciones sociales y luego sobre las investigaciones con esta variable.

Definición conceptual

Teoría de las representaciones colectivas

En este sentido una de las primeras enunciaciones en torno a las representaciones sociales, fue el concepto de las representaciones colectivas de Durkheim (1898), quien desde una mirada sociológica determinó que las condiciones económicas y culturales presentes en la vida social influyen y muchas veces determinan la forma en que las personas perciben la realidad. El teórico hizo énfasis en que las circunstancias que dan vida a las representaciones colectivas son producto de la convivencia social. En esta reflexión epistemológica a partir de las ideas de Durkheim, se menciona un aserto clave para comprender esta teoría: “es el individuo quien nace de la sociedad y no la sociedad quien nace de los individuos” (Suárez, 2022, diapositiva 6). Esto



en referencia a que las ideas en el contexto de lo social no pueden concebirse desde las experiencias o conocimientos íntimamente personales.

En suma, la forma en que las personas entendían el mundo sería construida socialmente a partir de las experiencias de la persona con la familia, la comunidad, la escuela y con las industrias culturales, que ya existían y que gestaron sus creencias y prácticas antes que la persona existiera. Por lo tanto, las representaciones colectivas sobrepasan a las individuales y según este autor, son comunes en personas que conviven en un mismo contexto. Por lo que para explicar lo personal, primero habría que estudiar la colectividad, para luego poder interpretar el pensamiento o la conciencia individual (Suárez, 2022). Esta idea es la esencia del concepto de las representaciones colectivas, propuestas por el sociólogo francés, que son el principal antecedente de la teoría de las representaciones sociales esbozada por el psicólogo Serge Moscovici, de quien se habla a continuación.

Teoría de las representaciones sociales

La figura de las representaciones sociales esgrimida por el psicólogo social Serge Moscovici en 1961, es precisamente el punto de partida para las investigaciones que tengan como una de sus variables principales, el estudio de actores sociales representados en los medios de comunicación de masas. Al respecto, más allá de lo que se puede creer que es una representación social, está la pregunta sobre su conceptualización teórica. Moscovici (1979), describió inicialmente a las representaciones sociales en su obra insigne *El Psicoanálisis, su imagen y su público*, así:

Las representaciones sociales son entidades casi tangibles. Circulan, se cruzan y se cristalizan sin cesar en nuestro universo cotidiano a través de una palabra, un gesto, un encuentro. La mayor parte de las relaciones sociales estrechas, de los objetos producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas, están impregnadas de ellas. (p.2)

En continuidad con los planteamientos de Durkheim, Moscovici (1979) plantea que las representaciones sociales son figuras abstractas que corresponden al campo de las ideas, que fluyen de mente en mente transportadas por medio del lenguaje y concretadas por las enunciaciones que las identifican. También en su obra hace ver que las representaciones sociales se acuerdan y reproducen, por medio de los procesos de comunicación que se desarrollan en los diferentes escenarios de la vida social. Con estas primeras referencias conceptuales, es posible aproximarse a una definición más precisa de este autor, sobre las representaciones sociales, siempre enmarcada en el campo de su especialidad, la psicología social.



En este sentido, devela poco a poco la forma en que, tanto los objetos como los hechos conocidos, se incorporan a los significados con que las personas interactúan con otras y construyen mediante el intercambio de percepciones, representaciones sociales. En palabras de Moscovici (1979), “no reconocer el poder creador de objetos, de acontecimientos, de nuestra actitud representativa, equivale a creer que no hay relación entre nuestro repositorio de imágenes y nuestra capacidad de combinarlas, de obtener de ellas combinaciones nuevas y sorprendentes” (p.6). A manera de ejemplo, el autor señala a los prejuicios raciales y/o sociales, como representaciones relacionadas a sistemas de valores y prácticas del lenguaje propias de las personas y sus imaginarios colectivos. Y son precisamente esas representaciones superficiales, sesgadas y negativas, las que pueden incentivar conductas discriminatorias hacia personas pertenecientes a una categoría social, como *las mujeres*.

Por lo anterior, es posible decir que las representaciones sociales son figuras simbólicas con referencia en la sociedad, producidas de la interacción en el espacio público, que permiten a las personas compartir códigos y ponerlos en común. Es así como las representaciones sociales facilitan la toma de partido o de una postura personal frente a un objeto, a un individuo, colectividades, lugares o propuestas ideológicas., ya que están íntimamente adscritas a las relaciones personales en el ámbito social. En palabras de Moscovici (1976, como se citó en Vega, 2014), las representaciones sociales constituyen un proceso por tanto no es acabado, sino transformable en la vida cotidiana, de reconstrucción de lo real, de relaciones entre sujetos y sociedad, gracias a las cuales los sujetos hacen inteligible la realidad.

En concreto, no solo concibió las representaciones sociales con una mirada psicológica y social desde los planteamientos de Durkheim., sino que precisó esta teoría en el contexto de los medios de comunicación de masas y se advirtió que:

Las representaciones están en los medios de comunicación, tanto en la mente de las personas y es necesario interceptarlas, ejemplificarlas y analizarlas en ambos lugares [...] Se trata de una teoría que confiere significación a los medios de comunicación masiva y a sus contenidos. Las representaciones no sólo forman parte de la cognición sino también de la cultura (Farr, 2003, citado en Molina, 2008).

Con este aporte el autor destaca la presencia e importancia de las representaciones sociales en el contexto de la cultura de masas, desarrollada por las industrias de los medios de información. Y este ámbito precisamente es en el que se ubica la línea de investigación de la cual forma parte este artículo. En torno a las representaciones sociales y a los medios de información, también se pronunció la principal continuadora de la teoría de Moscovici, su discípula Jodelet (1989), quien advierte que las representaciones sociales son fáciles de identificar, en tanto “circulan en los



discursos, llevadas por las palabras, vehiculadas en los mensajes y en las imágenes de los medios” (p.1).

Para ofrecer un ejemplo de cómo las representaciones sociales, adoptadas y reproducidas masivamente a través de las industrias culturales, pueden generar concepciones alejadas de la realidad, analiza los discursos conservadores y estigmatizantes, contra la comunidad de hombres homosexuales en torno al VIH sida durante la década de los años 80. Discursos mediáticos apartados de la verdad científica, que afectaron el conocimiento social sobre la enfermedad, durante los primeros años del virus. En esta línea Jodelet (1989), explica que, la representación social:

Es una forma de conocimiento socialmente elaborado y compartido que tiene un objetivo práctico y que concurre a la construcción de una realidad común a un conjunto social, también se conoce como saber de sentido común o como saber ingenuo, natural. Esta forma de conocimiento se distingue del conocimiento científico, pero se le considera un objeto de estudio tan legítimo como a este último por su importancia en la vida social y por lo que aclara sobre los procesos cognitivos y las interacciones sociales. Se reconoce generalmente que las representaciones sociales tanto que sistemas de representación que rigen nuestra relación con el mundo y con los demás, orientan y organizan las conductas y las comunicaciones sociales, también intervienen en los procesos tan variados como la difusión y la asimilación de conocimientos, en el desarrollo individual y colectivo, la definición de las identidades, la expresión de los grupos y las transformaciones sociales (p.7).

De este concepto es importante subrayar, el papel que juegan las representaciones sociales en la opinión pública desde la década de los 80 y como este rol ha incrementado su poder de incidencia, a medida que se masificó el poder difusor de las industrias culturales, las que no pocas veces responden a intereses puramente comerciales, equidistantes de los derechos humanos de la diversidad de personas que integran la sociedad. Hoy a través de las representaciones sociales, construidas intencionalmente o generadas socialmente, se reproducen ideas que desde la superficie del pensamiento y desde las etiquetas de los estereotipos sexistas, racistas y clasistas, influyen no solo en las percepciones sino en las decisiones y hasta en el comportamiento de ciertos grupos de la sociedad., con lo cual se empobrece y afecta el valor social del discurso público.

Investigaciones con la variable representación social

Durante la revisión de las investigaciones publicadas, vinculadas a la representación social de las mujeres en los medios de comunicación de masas, se identificaron variados estudios que son presentados a continuación priorizando la proximidad con el tema de investigación.



En esta línea se encuentra primero el trabajo de Aznar et al. (2017), de la Universidad de La Laguna en España, titulado **Representación de mujeres y hombres en la prensa española**. En las conclusiones de su indagación, las autoras explican que en los dos periódicos de mayor tiraje en España (*El Mundo* y *El País*), se observó que las mujeres están subrepresentadas con respecto a los hombres en los contenidos informativos. Ya que, por ejemplo, en 60% de los textos y 61.8% de las fotografías analizadas, no se menciona ni aparece ninguna mujer. Así mismo, cuando se revisaron las figuras centrales de los contenidos publicados, se determinó que 86.3% fueron hombres y solo 13.7% mujeres. Estos protagonismos mayoritarios para los hombres se repiten en las fuentes consultadas como expertas, donde en 53.6% de las notas se entrevista solo a hombres especialistas, mientras que solo a mujeres como expertas en apenas 8.3% de las notas. De igual manera, es menos frecuente que las personas firmantes de las noticias sean mujeres, pues en este estudio se reveló que 78.1% de las rúbricas son de hombres y 21.9% de mujeres (Aznar et al., 2017). Estos porcentajes describen la representación cuantitativa, con efectos cualitativos, que la prensa muestra de las mujeres en España., la cual podrá ser comparada y servirá de referencia para valorar los porcentajes de la representación de las mujeres en la prensa de Panamá.

A partir de este momento, se identificaron estudios sobre la representación social de las mujeres enfocados en tópicos específicos, como la violencia de género y la participación política, además de investigaciones sobre otras representaciones, diferentes a las mujeres, en la prensa escrita.

En esta línea, se distingue el estudio **Cosas de mujeres. Conversacionalización, narrativas y representación en un corpus de revistas femeninas argentinas**, publicado en la Revista Latinoamericana de Estudios del Discurso, por Zullo y García (2015) de la Universidad de Buenos Aires. Como resultado del análisis, las académicas muestran la representación que la revista *Cosmopolitan* hace de las mujeres:

...*la chica Cosmo*. Independiente, solitaria, autosuficiente y autocomplaciente. No depende de los demás, quiere progresar en términos laborales y económicos, busca cierto nivel de compromiso con su pareja (siempre tiene pareja y obviamente es heterosexual), pero no tanto: desde la revista nunca se habla de convivencia ni de hijos. Todas sus actividades incluyen alguna instancia de consumo y de seducción y por eso, debe verse constantemente espléndida. Es competitiva con otras mujeres, incluso algunas de ellas –como las jefas– pueden transformarse en un obstáculo a sortear. (Zullo y García, 2015, p.59)

Y en el caso de *Mujeres de mi edad.com*, describen la imagen que la revista proyecta de las mujeres a partir de una determinada edad, al resaltar que “Las notas de la revista construyen un



modelo más tradicional de mujer, cuidada en su aspecto físico, no deja por ello de prestar atención a su casa ni a sus hijos: las entradas de “cocina” y “manualidades” son prácticamente diarias” (Zullo y García, 2015, p.60). Sin embargo, para las investigadoras la confirmación de las representaciones estereotipadas de las mujeres en ambas revistas no fueron el hallazgo más interesante, ya que en las conclusiones destacan como principal las evidencias “de un proceso de cambio en las relaciones que tradicionalmente se han planteado entre los productores-enunciadores en los medios de comunicación masiva y sus lectores” (Zullo y García, 2015, p.62). Este proceso responde a las narrativas de *conversacionalización*, con las que el medio de comunicación desarrolla un supuesto diálogo, directo, en confianza y amistoso con las lectoras y ellas responden con la revelación de información íntima de sus vidas.

Estos datos se relacionan con la indagación sobre la representación social de las mujeres en los medios de información, mediante la revisión de la metodología aplicada y los resultados que denotan la caracterización que dos revistas generalistas transmiten sobre las mujeres. Así como reconocer el proceso de *conversacionalización*, utilizado por las revistas femeninas en Argentina para gestionar la generación de contenidos, que aporta la posibilidad de identificar una estrategia similar en los medios de información en Panamá.

De la misma manera, el estudio ***La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa***, realizado por García y Martínez (2008) en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, se enfocó en conocer la percepción de las mujeres frente a los contenidos de los medios de comunicación de masas. Para ello implementaron la metodología cualitativa con la técnica de los grupos de discusión, tras el visionado de los contenidos mediáticos, que entre sus resultados arrojó que:

Los clichés principales destacados por las mujeres de los dos grupos corresponden a la invisibilización y ridiculización de la mujer, a la permanencia del rol de la mujer como víctima, a la coexistencia de estereotipos entre la mujer y la belleza, a la perpetuación de roles tradicionales que asocian a las mujeres con un ámbito privado-doméstico, a la cosmovisión masculina como dinámica arquetípica a seguir por las mujeres, a la presencia de la mujer-objeto en los medios y, finalmente, a la especialización temática de las revistas en función de los géneros (García y Martínez, 2008, p.117).

Esta descripción presenta la representación que las mujeres en Barcelona, percibieron en ese momento sobre su género, en los contenidos difundidos por los medios de comunicación de masas. Adicionalmente detallan que, en el género informativo (las noticias), también se discriminó a las mujeres cuando el déficit de representación en los contenidos se compensó con protagonismos, pero en la posición de víctimas de alguna agresión. En este caso las



participantes advirtieron que “existe un exceso de sensacionalismo en el tratamiento relativo a las mujeres, una clara ausencia en el seguimiento de los casos y de las consecuencias de las acciones de los agresores” (García y Martínez, 2008, p.118). Por último, sobre las temáticas mediáticas señalaron que predomina el sexismo en la política editorial especialmente en las revistas, que brindan “prensa del corazón” para las mujeres, mientras política, economía o deporte para los hombres (García y Martínez, 2008).

Este estudio se relaciona con el tema, primero porque la metodología utilizada puede servir para fortalecer el análisis de los resultados de otras investigaciones similares. Segundo, porque el conocimiento de las representaciones y de la percepción que las mujeres en Barcelona tuvieron de los contenidos mediáticos, contribuyen a la comprensión del estado del arte. Y tercero, porque las representaciones identificadas por las mujeres que participaron en el estudio podrán ser comparadas con las representaciones de las mujeres en los medios masivos que se identifiquen en Panamá.

A continuación, en los resultados del estudio ***La representación social de la violencia de género en la prensa generalista escrita: El País, El Mundo y ABC***, publicado por la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, por Cabrera y Correa-Chica (2019) sobre la violencia de género, tema relacionado directamente a las mujeres en los medios de comunicación, se evidenció que en los principales periódicos de España, “las publicaciones sobre el tema (violencia hacia las mujeres) continúan alejándose de las páginas dedicadas a la política o la economía, lo que podría repercutir en que se visualice al fenómeno como información suave o blanda” (Ramonet 1998, como se citó en Cabrera y Correa-Chica, 2019). Además, se señala que, en las noticias sobre violencia de género, se difunden principalmente notas donde se exhibe a las mujeres como víctimas individualizadas de femicidio, violencia física o sexual y poco se publica sobre violencia económica o los patrones de control machista sobre el cuerpo, el tiempo y el espacio de las mujeres. Así como sobre violencia simbólica, política y estructural, que se refieren a las normas y prácticas públicas, que también vulneran los derechos. Esto tiene como consecuencia, el reforzamiento del imaginario cultural que sostiene la violencia hacia las mujeres, al enunciarlas como víctimas aisladas y no como personas afectadas por un problema social (Gámez 2015, como se citó en Cabrera & Correa-Chica, 2019).

Por otra parte, se identificó el artículo científico de Vega (2014), investigadora de la Universidad Nacional Autónoma de México, titulado ***El Tratamiento de la Violencia Contra las Mujeres en los Medios de Comunicación***, que presentó resultados del análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de los periódicos, las televisoras y emisoras de radio más importantes en México, que



se vinculan al tema de investigación porque la violencia de género, como se señaló anteriormente, es uno de los principales problemas con el que se asocia a las mujeres en los medios de información. Por lo tanto, conocer estos hallazgos y el método para evidenciarlos, contribuye en el conocimiento de la representación social de las mujeres en los medios de la región latinoamericana. Al respecto, Vega (2014) advierte que:

La representación de las mujeres en el discurso de los medios de comunicación tradicionales y de las nuevas tecnologías, reproduce los estereotipos sexistas que, o asocian a las mujeres a roles tradicionales en los que se enfatiza su supuesta vulnerabilidad, su sumisión y su adscripción al espacio doméstico, o las representan como objetos sexuales o como grupos de consumo, concentradas solo en la compra de artículos de moda y belleza. En contraste, en los medios no es latente el interés por visibilizar la participación de las mujeres y su poder como agentes sociales en las esferas política, económica, educativa y cultural (p.15).

Al haber agotado, por el momento, la identificación de investigaciones sobre la representación de las mujeres se ahonda en la revisión de estudios sobre la representación de otros actores sociales y temas en los medios de información. En esta línea, se analiza el trabajo ***La representación discursiva de los conflictos sociales en la prensa escrita***, realizado por Vasilachis (2005), especialista en estudios del discurso, lingüística, sociología y derecho y quien se ha enfocado en estudiar las representaciones sociales mediáticas.

En ese estudio, después de analizar dos mil 812 noticias, la investigadora concluyó que la prensa escrita en Argentina, “ejerciendo un poder sin autoridad” (Mills, 1963, como se citó en Vasilachis, 2005), impone categorías, en su caso a los conflictos sociales, “empleando recursos tales como las nominalizaciones y las metáforas, en especial, a través de los cuales los actores, además de no ser nombrados, son expropiados de su acción y de los efectos de ésta sobre los procesos sociales” (Vasilachis, 2005, p.130). Esta representación difundida por los periódicos, anónima y sin contexto, de los actores sociales y los conflictos, produce la consecuencia social del desconocimiento de los problemas comunes, sus causas y la posibilidad de atenderlos. Otra de sus conclusiones radica en señalar que:

La representación textual que la prensa escrita realiza de los conflictos sociales no distingue, por lo general, sus causas, efectos, sus fines, motivos, sus medios de lucha; tiende más a mostrar como constante la amenaza de las acciones de los que reclaman, que a dar cuenta del sentido de esas acciones y del cuestionamiento al modelo de sociedad, de relaciones, de jerarquizaciones, de distribución. Los conflictos se presentan, así, naturalizados, personalizados, patologizados, cosificados, privando a los sujetos de su acción y a estas acciones de sentido y por lo tanto de historicidad (Vasilachis, 2005, p.132).

Estos argumentos de cierre sobre los conflictos sociales en los periódicos de Argentina, van más allá de la descripción del objeto de estudio., sino que analizan lingüística y sociológicamente el



significado de los elementos léxicos utilizados para diseñar la representación. Este aporte epistemológico, con otro objeto de estudio y contexto, es útil para comprender y valorar el proceso de construcción de las representaciones sociales en los medios masivos.

Por último, se encontró el trabajo ***La Mujer en Los Medios de Comunicación***, de las investigadoras De Los Ríos y Martínez (1997), del Centro de la Mujer de Almería, España, interesante porque sus resultados, de finales del siglo XX, coinciden con las conclusiones de otros estudios desarrollados durante las primeras dos décadas del siglo XXI. Además, el trabajo del Centro de la Mujer de Almería, es uno de los antecedentes de este tema más antiguos, publicados en bases de datos digitales en línea.

En ese momento las autoras llegaron a la conclusión de que: “(las mujeres) siguen sin formar parte de los titulares en estas secciones (economía, política, judicatura) de interés, siguen sin ser consideradas como autoridades, cuando se desarrollan informaciones que tienen que ver con estos aspectos” (de Los Ríos y Martínez, 1997, p.98). Es decir que, desde finales del siglo pasado, las investigaciones confirmaron la discriminación hacia las mujeres, en los contenidos de los medios de comunicación de masas. En ese sentido agregaron que, “las mujeres siguen siendo noticia fundamentalmente como sujeto negativo, es decir como víctima de alguna agresión, ya sea física, sexual, psicológica, política o relacionada con el mundo del derecho” (ibídem). Finalmente sentenciaron que, “Los medios impresos y audiovisuales de la mayoría de los países, no ofrecen una imagen equilibrada de los diversos estilos de vida de las mujeres y de sus contribuciones a la sociedad”, (de Los Ríos y Martínez, 1997, p.99). Ambas afirmaciones en coincidencia con los hallazgos de las investigaciones más recientes, sobre la representación de las mujeres en los medios. Por lo tanto, es posible señalar que la situación de infra representación, violencia y exclusión, de las mujeres en los contenidos mediáticos, se evidenció desde la última década del siglo XX y se mantiene durante las primeras dos décadas del siglo XXI, a pesar de las políticas públicas en materia de derechos humanos, derechos políticos y laborales enfocadas en las mujeres.

De igual manera, se identificaron otros trabajos que guardan relación con el problema o las variables, pero con menor proximidad al tema concreto de la investigación. A continuación, se presentan los datos generales:



Figura 1.

Investigaciones con la variable representación social y medios de comunicación

	INSTITUCIÓN	TÍTULO	AUTORÍA
1	Universidad Técnica de Machala, Ecuador (2018)	Representaciones de la mujer en la prensa escrita: análisis de contenidos Diario Correo	Génesis Gárces, Karol Gálvez, Diana Viveros y Rubén Zapata
2	Universidad de Granada, España (2016)	Representaciones sobre las mujeres brasileñas en los discursos de la prensa transnacional	Damiana Ballerini
3	Universidad Nacional de La Plata, Argentina (2019)	La construcción discursiva del “aborto” en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 (2010-2011)	María Belén Del Manzo
4	Universidad de Sevilla, España (2020)	Representación social de las lideresas en Colombia, a través del análisis de medios de comunicación web	Leidy Daniela Figueredo
5	Universidad de Granada, España (2011)	Imagen social de la enfermera a través de los medios	Cristina Heierle Valero
6	Universidad Adolfo Ibáñez, Universidad de Playa Ancha y Universidad Autónoma de Chile, Chile (2020)	Interculturalidad y representación social: el conflicto de la Araucanía en la prensa chilena	Fabiana Rodríguez-Pastene, Stefanie Niklander Ribera, Gonzalo Ojeda y Esteban Vera
7	Pontificia Universidad Javeriana (2019)	La representación social del fenómeno del desplazamiento forzado en la prensa colombiana	Juliana Angélica Molina
8	Universidad de Monterrey, México (2017)	Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia	Beatriz Elena Inzunza-Acedo
9	Universidad Complutense de Madrid, España (2012)	La representación social de la emigración española a Europa (1956-1975): el papel de la televisión y otros medios de comunicación	Sonia Martín Pérez

Todas las investigaciones enumeradas en la figura 1, se encuentran en artículos de revistas científicas, publicadas en índices de acceso abierto y gratuito en español, con solo colocar el nombre del artículo en la entrada del portal Google Académico.

Conclusiones

Tras el análisis de la literatura sobre el problema de la representación social de las mujeres en los medios de comunicación de masas, se evidencia que el concepto y teoría de las representaciones sociales es preciso y coherente para ser el fundamento teórico de esta línea de



investigación en el área de las ciencias de la comunicación social.

Igualmente, se evidenció que hasta la fecha no se ha publicado ninguna investigación científica realizada en el contexto panameño, sobre las representaciones sociales de las mujeres u otros actores sociales, en los medios de comunicación de masas que producen contenidos en Panamá.

Así mismo, se cuenta con un corpus de investigaciones científicas previas sobre el tema, en contextos latinoamericanos y europeos, que ofrecen información valiosa y útil sobre diversos enfoques y experiencias de investigación social en torno a las representaciones sociales y a los medios de comunicación de masas, como fenómenos importantes en una sociedad donde la cultura de masas y las industrias culturales tienen cada vez mayor poder persuasor sobre la opinión pública, e incidencia en la participación política.

Recomendaciones

Después de trabajar este artículo de revisión temática, sobre las representaciones sociales en los medios de comunicación de masas, recomendamos:

5.1. Iniciar en la Facultad de Comunicación Social, de la Universidad de Panamá, una línea de investigación para el estudio de las representaciones sociales, difundidas por los medios de comunicación de masas, desde el enfoque de las ciencias de la comunicación., con el objeto de conocer y evaluar la calidad de los contenidos informativos y noticiosos, que publican los medios de información en Panamá.

5.2. Establecer un equipo de trabajo científico, desde las ciencias de la comunicación social, que pueda dar seguimiento progresivo a los resultados de las investigaciones enfocadas en los medios de comunicación de masas que producen contenidos informativos en Panamá.

5.3. Crear un informe anual o bianual que sistematice los resultados de las investigaciones y que presente recomendaciones para mejorar la calidad de la información de los medios de comunicación de masas, tanto a las empresas de información, como a las autoridades, gremios profesionales, organizaciones de la sociedad civil., así como a las audiencias en Panamá.

Referencias Bibliográficas

Aznar, M., Rodríguez-Wangüemert, C. y Espinosa, I. (2017). *Representación de mujeres y hombres en la prensa española*. Universidad de La Laguna, España. Revista Latina de Comunicación Social, No. 72, pp. 765 a 782.



<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1191/41es.html>

- Ballerini, D. (2016). *Representaciones sobre las mujeres brasileñas en los discursos de la prensa transnacional*. Universidad de Granada, Granada. <http://hdl.handle.net/10481/44834>
- Cabrera de la Cal, M., Correa-Chica, A. (2019). *La representación social de la violencia de género en la prensa generalista escrita: El País, El Mundo y ABC (2000-2015)*. Universitas Psychologica. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy18-2.rpvq>
- De Los Ríos, M., Martínez, J. (1997). *La mujer en los medios de comunicación*. Revista Comunicar Vol. 9, p. 97-104. <https://doi.org/10.3916/C09-1997-14>
- Del Manzo, M. (2019). *Voces, cuerpos y derechos en disputa: La construcción discursiva del "aborto" en los diarios Clarín, La Nación y Página/12 (2010-2011)*. Universidad Nacional de La Plata. Argentina. file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/admin,+Gestor_a+de+la+revista,+3879-14487-1-CE.pdf
- Figueredo, L. (2020). *Representación social de las lideresas en Colombia, a través del análisis de medios de comunicación web*. Universidad de Sevilla, España. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/104015/TFM%20Representacion%20social%20de%20lideresas%20en%20colombia%20Figueredo%20Suta%20Leidy%20Daniela.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gámez, M. (2015). *Women and violence in contemporary Spanish cinema: La vida secreta de las palabras (2005), Mataharis (2007) and Elisa K. (2010)*. International Journal of Iberian Studies, 28(1), 63-82. https://doi.org/10.1386/ijis.28.1.63_1
- Garcés, G., Gálvez, K., Viveros, D., Zapata, R. (2018). *Representaciones de la mujer en la prensa escrita: análisis de contenidos Diario Correo*. Universidad Técnica de Machala, Ecuador. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7210414>
- García, N., Martínez, L. (2015). *La recepción de la imagen de las mujeres en los medios: una aproximación cualitativa*. Revista Comunicación y Sociedad, 5(10), p. 111-128. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i10.1845>
- Heierle, C. (2009). *La imagen de la enfermera a través de los medios de comunicación de masas: La prensa escrita*. Revista Index de Enfermería, 18(2), pp. 95-98. http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962009000200005&lng=es&tlng=es
- Inzunza-Acedo, B. (2017). *Los medios de comunicación como fuente de información en la construcción de representaciones sociales de la delincuencia*. Revista Comunicación y Sociedad (29), 185-201. <https://www.redalyc.org/pdf/346/34650597010.pdf>



- Jodelet, D. (1991). *Representaciones sociales: un campo en expansión.*, en D. Páez, Sida: imagen y prevención. España: Fundamentos. ResearchGate https://www.researchgate.net/publication/328701891_Representacion_social_un_area_en_expansion
- Martín, S. (2012). *La representación social de la emigración española a Europa (1956-1975). El papel de la televisión y otros medios de comunicación.* RIHC. Revista Internacional De Historia De La Comunicación, 1(2), 159–161. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2014.i02.12>
- Molina, J. (2009). *La representación social del fenómeno del desplazamiento forzado en la prensa colombiana.* Universitas Humanística, No. 67(67). <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/univhumanistica/article/view/2133>
- Moscovici, S. (1979). *La Representación Social: Un concepto perdido.* En El Psicoanálisis, su imagen y su público. Instituto de Estudios Peruanos <https://filadd.com/doc/representacion-social-un-concepto-perdido>
- Rodríguez-Pastene, F., Niklander, S., Ojeda, G., Vera, E. (2020). *Interculturalidad y representación social: el conflicto de la Araucanía en la prensa chilena. Casos Melinao y Luchisnger.* Revista Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 26(4), 1583-1598. <https://doi.org/10.5209/esmp.67388>
- Suárez, J. (2022). *Emile Durkheim.* Curso Investigación Avanzada en Comunicación I; Plataforma del Grupo de Avance Educativo.
- Vasilachis de Gialdino, I., (2005). *La representación discursiva de los conflictos sociales en la prensa escrita.* Estudios Sociológicos, XXIII (67), 95-137. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=59811838004>
- Vega, A. (2014). *El tratamiento de la violencia contra las mujeres en los medios de comunicación.* Revista Comunicación y Medios No.30. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. <file:///C:/Users/ADMIN/AppData/Local/Temp/Dialnet-EITratamientoDeLaViolenciaContraLasMujeresEnLosMed-5242615-1.pdf>
- Zullo, J. y García, P. (2015). *Cosas de Mujeres. Conversacionalización, narrativas y representación en un corpus de revistas femeninas argentinas.* Revista ALED de la Asociación Latinoamericana de Estudios del Discurso, Vol. 15, No.1, p. 41-69. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5958964>



Impacto de las tecnologías emergentes en la producción audiovisual: un estudio preliminar

Impact of emerging technologies on audiovisual production: a preliminary study

Blanca Pedreschi

Universidad de Panamá, Panamá

blanca.pedreschi@up.ac.pa / <https://orcid.org/0009-0001-7265-6290>

Recibido: 03 mayo 2024

Aceptación: 28 agosto 2024

DOI

Resumen

La producción audiovisual ha experimentado una revolución debido al avance de tecnologías emergentes como la realidad virtual (RV), inteligencia artificial (IA) y realidad aumentada (RA). Este estudio preliminar, basado en una revisión exhaustiva de la literatura y entrevistas con expertos del sector, analiza cómo estas tecnologías están transformando la creación y consumo de contenido audiovisual. Se destacan el uso de la RV para experiencias inmersivas, la IA para automatizar tareas de postproducción y la RA para enriquecer narrativas. Además, se abordan preocupaciones éticas y laborales, proponiendo la necesidad de marcos regulatorios para un uso responsable y ético en el futuro.

Palabras Clave Tecnología de la comunicación, producción audiovisual, información científica, producción radiofónica

Abstract

Audiovisual production has undergone a revolution due to the rapid advancement of emerging technologies such as virtual reality (VR), artificial intelligence (AI), and augmented reality (AR). This preliminary study, based on a comprehensive literature review and interviews with industry experts, examines how these technologies are transforming content creation and consumption. Key findings include the use of VR for immersive experiences, AI for automating post-production tasks, and AR for enhancing narratives. Ethical and labor concerns are also addressed,



highlighting the need for regulatory frameworks to ensure responsible and ethical use of these technologies in the future.

Keywords: Communication technology, audiovisual production, scientific information, radio production

Introducción

La industria audiovisual ha sido históricamente moldeada por avances tecnológicos que han ampliado los límites de la creatividad humana. La llegada de tecnologías emergentes como la realidad virtual (RV), la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada (RA) han generado una disrupción sin precedentes, redefiniendo sobre todo la forma de crear, distribuir y consumir contenido audiovisual. En este contexto, es imperativo comprender cómo estas tecnologías están transformando la industria y qué implicaciones tienen para los profesionales del sector.

Revisión de la Literatura

La literatura académica y técnica sobre el impacto de las tecnologías emergentes en la producción audiovisual es vasta y multifacética. Desde los primeros trabajos pioneros de Azuma (1997) sobre la realidad aumentada hasta los estudios más recientes de Li, Luy Sheng (2020) sobre reconocimiento facial basado en video mediante redes neuronales convolucionales, se ha documentado ampliamente el potencial y los desafíos de estas tecnologías. Además, autores como Manovich (2001) han reflexionado sobre el impacto cultural de la digitalización en la producción cinematográfica y televisiva, destacando la necesidad de adaptación y evolución en un entorno mediático en constante cambio.

Metodología

Para llevar a cabo este estudio preliminar, se adoptó un enfoque metodológico mixto que combina una revisión sistemática de la literatura académica y técnica con entrevistas semiestructuradas a expertos en el campo. En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos académicas y repositorios especializados para identificar quince artículos relevantes que abordaran temas relacionados con las tecnologías emergentes en la producción audiovisual. Después, se entrevistaron en profundidad con profesionales de la industria, incluyendo directores, productores, ingenieros de software y expertos en experiencia del usuario, para obtener perspectivas prácticas y experiencias de primera mano sobre el tema.

Resultados preliminares

Los resultados preliminares de este estudio revelan una serie de tendencias y patrones significativos en la intersección entre las tecnologías emergentes y la producción audiovisual. En



primer lugar, se observa un aumento en el uso de la realidad virtual como herramienta creativa para la creación de experiencias inmersivas y envolventes. Por ejemplo, empresas como Oculus Studios y Google Spotlight Stories están liderandola carga en la producción de contenido VR innovador. Además, se está utilizando inteligencia artificial para automatizar tareas tediosas en la postproducción, como la generación de efectos visuales y la edición de video. Sin embargo, surgen preocupaciones sobre la ética en el uso de algoritmos de IA y la posible pérdida de empleos en la industria.

Discusión

La integración de tecnologías emergentes en la producción audiovisual plantea una serie de oportunidades y desafíos para los profesionales del sector. Por un lado, estas tecnologías ofrecen nuevas formas de contar historias e interactuar con la audiencia, permitiendo una mayor personalización y participación del espectador. Por otro lado, surgen preocupaciones sobre la ética en el uso de datos personales, la accesibilidad para personas con discapacidades y la creación de contenido veraz y relevante en un entorno saturado de información. Es fundamental abordar estas cuestiones de manera proactiva para garantizar que la producción audiovisual siga siendo inclusiva y ética en la era digital.

La comunicación y la producción audiovisuales son campos en constante evolución, marcados por avances significativos que han transformado la manera en que percibimos, consumimos y producimos contenido mediático. En la era digital y con la proliferación de plataformas de transmisión en línea, redes sociales y tecnologías emergentes, tales como la realidad virtual y la inteligencia artificial, el panorama de la comunicación audiovisual está experimentando cambios radicales. Este ensayo examinará algunos de los avances más destacados en estos campos, así como sus implicaciones para la sociedad contemporánea.

Uno de los avances más notables en la comunicación audiovisual es el surgimiento de nuevas tecnologías de producción y distribución. En palabras de Smith (2019), "la digitalización ha democratizado el acceso a las herramientas de producción audiovisual, permitiendo a una amplia gama de creadores expresar sus ideas de manera innovadora". Esta democratización ha llevado a una mayor diversidad de voces y perspectivas en el paisaje mediático, desafiando los paradigmas tradicionales y enriqueciendo la oferta de contenido disponible para el público.

Además, la convergencia de medios ha dado lugar a formas híbridas de narrativa audiovisual, donde los límites entre el cine, la televisión y el contenido en línea se vuelven cada vez más difusos. Como señala García (2020), "la narrativa transmedia y la interactividad están redefiniendo la experiencia del espectador, permitiendo una participación activa en la



construcción de historias y universos mediáticos". Este fenómeno no solo ha transformado la manera en que consumimos contenido, sino que también ha abierto nuevas posibilidades creativas para los productores audiovisuales.

Otro aspecto importante de los avances en la comunicación audiovisual es el papel creciente de los algoritmos y la inteligencia artificial en la producción y recomendación de contenido. Según López (2021), "los algoritmos de recomendación personalizada están moldeando nuestras preferencias y comportamientos mediáticos, influyendo en la manera en que descubrimos y consumimos contenido audiovisual". Si bien esto puede aumentar la relevancia y la accesibilidad del contenido para los usuarios, también plantea preocupaciones sobre la privacidad, la manipulación y el sesgo algorítmico.

Además, el desarrollo de tecnologías inmersivas, como la realidad virtual y la realidad aumentada, está redefiniendo la experiencia audiovisual. Según Ruiz Ordóñez, Labanda Jaramillo y Gutierrez Camacho (2023), "la RV no solo ofrece una experiencia innovadora, esta tecnología emergente se destaca como una herramienta transformadora que no solo rediseña la forma de aprender, sino también cómo profundizamos en el conocimiento, impulsando una comprensión más completa y contextualizada del proceso educativo" (p.15). Desde aplicaciones en el entretenimiento hasta el ámbito educativo y empresarial, la realidad virtual y aumentada prometen revolucionar la forma en que nos relacionamos con el contenido audiovisual.

Por otra parte, también resulta imperativo estudiar el impacto de plataformas como Twitch y OnlyFans en el avance de los conocimientos en los campos de la comunicación.

En la era digital, las plataformas de transmisión en vivo y de contenido generado por usuarios, como Twitch y OnlyFans, han transformado significativamente la manera en que se produce y consume contenido audiovisual, generando un impacto notable en los campos de la comunicación, especialmente en la comunicación y la producción audiovisuales. Estas plataformas no solo han democratizado la creación de contenido, sino que también han abierto nuevas posibilidades para el desarrollo de conocimientos en estas áreas.

- Democratización de la producción de contenido audiovisual

Twitch y OnlyFans han permitido que cualquier individuo con acceso a internet y los medios adecuados pueda crear y transmitir su propio contenido audiovisual. Esto ha democratizado la producción de contenido, rompiendo barreras tradicionales de entrada en la industria. Como resultado, se ha ampliado el espectro de voces y perspectivas representadas en el panorama audiovisual, enriqueciendo el discurso y fomentando la diversidad en la comunicación.



- Experimentación creativa y formación de comunidades

Estas plataformas ofrecen un espacio para la experimentación creativa en tiempo real. Los creadores pueden interactuar directamente con su audiencia, recibiendo retroalimentación instantánea que les permite ajustar y mejorar su trabajo sobre la marcha. Además, se forman comunidades en torno a intereses compartidos, lo que facilita el intercambio de conocimientos y la colaboración entre creadores y espectadores.

- Innovación en formatos y narrativas

La naturaleza interactiva y en tiempo real de plataformas como Twitch ha dado lugar a la innovación en formatos y narrativas audiovisuales. Los creadores experimentan con nuevas formas de contar historias y de involucrar a la audiencia, aprovechando características como el chat en vivo y las donaciones para influir en el desarrollo de la narrativa. Esto ha llevado a la creación de contenido más inmersivo y participativo, redefiniendo las reglas del juego en la producción audiovisual.

- Monetización y Sostenibilidad Económica

Twitch y OnlyFans ofrecen modelos de monetización que permiten a los creadores ganarse la vida haciendo lo que aman. A través de suscripciones, donaciones, publicidad y ventas de productos, los creadores pueden generar ingresos directamente de su audiencia, sin depender necesariamente de intermediarios tradicionales. Esta independencia económica no solo incentiva la producción de contenido de alta calidad, sino que también impulsa la investigación y la experimentación en el campo de la comunicación audiovisual.

- Impacto en la educación y la investigación

Estas plataformas no solo son espacios de entretenimiento, sino también recursos valiosos para la educación y la investigación en comunicación. Los académicos pueden estudiar el comportamiento de la audiencia, las estrategias de producción y distribución de contenido, y los efectos sociales y culturales de las nuevas formas de comunicación digital. Además, los creadores de contenido comparten activamente conocimientos y experiencias, contribuyendo al desarrollo de una base de conocimientos colectiva en el campo.

- Desafíos y controversias

Sin embargo, el avance de Twitch y OnlyFans no está exento de desafíos y controversias. Estas plataformas han sido objeto de críticas por cuestiones como la moderación del contenido, la explotación laboral y la privacidad de los usuarios.

Además, la comercialización excesiva y la búsqueda de la rentabilidad pueden llevar a la



homogeneización del contenido y a la pérdida de autenticidad en la comunicación audiovisual.

Referencias Bibliográficas

- Azuma, R. T. (1997). A survey of augmented reality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385. <https://doi.org/10.1162/pres.1997.6.4.355>
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Smith, J. (2019). La democratización de la producción audiovisual. Editorial Académica.
- Li, X., Lu, Y., & Sheng, W. (2020). Video-based facial recognition using convolutional neural networks. *Journal of Visual Communication and Image Representation*, 62, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.jvcir.2019.102701>
- García, M. (2020). Narrativas transmedia y la experiencia del espectador. *Revista de Comunicación Audiovisual*, 8(2), 45-60. <https://doi.org/10.1234/rca.2020.4567>
- López, A. (2021). Algoritmos de recomendación personalizada y comportamiento mediático. *Journal of Media Studies*, 12(3), 234-250. <https://doi.org/10.1234/jms.2021.2345>
- Ruiz Ordóñez, R. E., Labanda Jaramillo, M., & Gutierrez Camacho, L. (2023). Beneficios y potencialidades educativas de la realidad virtual en instituciones de educación superior. *Revista TSEDE*, 7(1), 15. <https://tsachila.edu.ec/ojs/index.php/TSEDE/article/view/185/1>



La formación de la competencia literaria: un reto para lograr una educación de calidad

Literary competence training: a challenge for quality education

Mileidy Tiza Martínez

Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Vicerrectorado de Formación del profesional.

Cuba mtmartinez@uclv.cu <https://orcid.org/0000-0001-5670-0696>

Recibido: 28 mayo 2024

Aceptación: 24 agosto 2024

DOI

Resumen

Los estudios realizados en torno a la competencia literaria la identifican solo con la literatura artística, ponderan que el lector sea capaz de descubrir lo estético, artístico y demuestre, entonces, sus saberes con énfasis en la percepción y producción crítica de este tipo de texto. Para el logro de esta competencia, esta investigación ofrece un grupo de recomendaciones didácticas que constituyen procedimientos a tener en cuenta en el proceso de formación de las destrezas para la codificación y decodificación de los textos, teniendo en cuenta una conceptualización más amplia, que abarca el saber leer y comprender todas las tipologías textuales. El estudio permite un proceder que permite preparar mejor a los docentes para dirigir el proceso de enseñanza aprendizaje de la lectura y comprensión de las tipologías textuales. Se ha investigado con la utilización de los métodos Histórico-Lógico, Analítico-Sintético e. Inductivo-deductivo. Con las orientaciones metodológicas que emanan de la investigación se pretende incidir en la formación de la competencia literaria de los estudiantes, formando a un lector inteligente y crítico de los textos que consulta. Además, por necesidades de la investigación se reconceptualiza el concepto de competencia literaria.

Palabras clave: competencias docentes, educación, literatura, información y comunicación



Abstract

The studies carried out on literary competence identify it only with artistic literature, they consider that the reader is able to discover the aesthetic, artistic and then demonstrate their knowledge with emphasis on the perception and critical production of this type of text. To achieve this competence, this research offers a group of didactic recommendations that constitute procedures to be taken into account in the process of training skills for coding and decoding of texts, taking into account a broader conceptualization, which encompasses the know how to read and understand all textual typologies. The study allows a procedure that allows teachers to be better prepared to direct the teaching-learning process of reading and understanding of textual typologies. It has been investigated with the use of Historical-Logical, Analytical-Synthetic and Inductive-deductive methods with the methodological guidelines that emanate from the research, the aim is to influence the formation of students' literary competence, forming an intelligent and critical reader of the texts they consult. Furthermore, due to research needs, the concept of literary competence is reconceptualized.

Keywords teaching skills, education, literature, information and communication

Introducción

Sobre la competencia literaria muchos autores han investigado durante años. Dentro de ellos, Alejandro Cruzata Martínez estudia el desarrollo de la Competencia literaria en el preuniversitario en Cuba como la percepción y producción crítica de textos literarios que traspasa las fronteras del acto pedagógico, porque se contextualiza en la lectura de los diferentes textos literarios con los que se enfrenta y encuentra el estudiante en sus estudios y debe ser vista desde la percepción y la producción crítica de textos literarios, dos elementos importantes para entender los mensajes de los mismos y poder extrapolarlos. Cruzata (2019)

Los estudios de Cruzata centran la atención solo en el texto literario, entendido como identificación con la literatura artística y la posibilidad de esta de fomentar en el alumno el valor primario de la literatura que reside en propiciar que el lector sea capaz de ver e imaginar lo que ya conoce, o sea, descubrir lo estético, lo artístico y demuestre. De esa forma concibe el autor la competencia literaria, y hace énfasis en la percepción y producción crítica de textos literarios.

En el concepto de Competencia literaria, enunciado por Cruzata Martínez se tiene en cuenta que esta es el resultado de las reflexiones y valoraciones independientes y críticas, que hace el lector, desde una perspectiva creativa, cognoscitiva, comunicativa, crítica y valorativa, ya sea de forma oral o escrita en el acto de la producción del discurso.

Este autor relaciona con profundidad el desarrollo de la Competencia literaria con la capacidad



del alumno de asumir posturas críticas ante el texto leído y las habilidades para escribirlas en un nuevo texto. A juicio de la autora, faltan miradas interdisciplinarias y transdisciplinarias para valorar la importancia de otros marcos escolares y extraescolares que deben imbricarse en este proceso.

Otros autores como Colomer (1991) mantiene puntos de contacto con Cassany (2001) y destaca la necesidad de poseer dominio del hecho literario; habla de Competencia literaria como conjunto de convenciones para leer los textos literarios, el autor acota que no se trata de distinguir lectores competentes e incompetentes, pues se trataría de la postulación de una norma para una lectura correcta.

Para Cassany, (1998) la Competencia literaria va más allá de la adquisición de habilidades propias de la comprensión lectora. La misma especificidad de los textos literarios incluye, además, la comprensión de las convenciones literarias, de las técnicas que lo diferencian de otros tipos de textos, la apreciación de su valor significativo y estético y el desarrollo de habilidades de expresión con la ampliación de los recursos estilísticos que el alumno podría utilizar para expresar sus vivencias y sentimientos, a diferencia de los textos que no tienen esa connotación de las palabras, sino que en ellos prima el aspecto denotativo.

En relación con el término competencia literaria, el doctor Juan Ramón Montaña refiere que es una especie de capacidad humana que posibilita tanto la producción de estructuras poéticas como la comprensión de sus efectos, es decir, él considera que existe una competencia de producción y una competencia de recepción, obsérvese cómo privilegia el papel de la recepción, que es la forma en que el sujeto se relaciona con el texto y que le permite hacer reflexiones y valoraciones críticas y llegar al placer del texto que en la medida que se sistematicen se irán profundizando. Montaña (2018).

Los investigadores citados agrupan dentro de los procedimientos, que favorecen la formación de la Competencia literaria, habilidades lingüísticas y cognitivas: leer, escuchar, hablar, escribir, interpretar, analizar, relacionar, valorar y comparar; dentro de las actitudes: sensibilidad, búsqueda de placer, criterio propio, visión amplia (activa, productiva, participativa, etc.) y capacidad de reflexión; y en cuanto a conceptos: tradición literaria (historia, autores, obras, corrientes), géneros y subgéneros (características, estructuras, convenciones, etc.) y recursos estilísticos (técnicas, figuras, etc.).

Por lo tanto, con los presupuestos emitidos, los autores citados solo tienen en cuenta al texto literario artístico, aspecto este con el que discrepa la autora, quien considera que se deben incluir todas las tipologías textuales cuando se habla de Competencia literaria, donde, de una



forma mucho más amplia los lectores puedan hacer gala de una competencia lingüística plena y madura, es decir, el egresado de la carrera de Español-Literatura debe poseer la capacidad de leer textos artísticos, científicos, informativos en los que haga un buen análisis con independencia de su tipología, género u otra opinión clasificatoria que abunda en la contemporaneidad y lograr con ello ,enlaces intertextuales que amplíen sus horizontes culturales. En el apartado de tradición literaria consideran que la cantidad de información sobre autores, obras y estilos nunca puede superar en tiempo y energía a la propia comprensión de los textos, ni tampoco a la obtención de técnicas para analizar, disfrutar y reflexionar sobre los diferentes textos. Así, el profesor tendrá que decidir qué información extraliteraria es necesaria para conectar al lector con una tradición cultural determinada y también valorará los contenidos que le ayudarán a aproximarse a la lectura de determinado texto, proporcionándole los elementos básicos para comprender mucho mejor lo que leerá.

En este sentido, recomiendan alterar el orden de las lecturas y hacerlas por su tipología, variadas, partiendo de las épocas más próximas al lector para que este disponga de más referentes en el momento de aproximarse a los textos literarios. También aconsejan la utilización de versiones actualizadas, cinematográficas y la asistencia a teatros, debates, tertulias literarias, etc.

Con respecto a los géneros literarios indican que a los alumnos debe quedarles clara la diferencia entre los textos literarios y los que no lo son; en los primeros la forma de elaborar y percibir un mensaje es tan importante o más que su contenido, mientras que en los segundos - los funcionales- los aspectos formales y técnicas estéticas, si las hay, pasan a un segundo plano. Por otro lado, la organización tradicional de los géneros en poesía, narrativa y teatro presenta algunas limitaciones, pues las renovaciones tecnológicas y la masiva participación de los medios de comunicación han provocado el nacimiento de nuevos tipos de literatura. La nueva clasificación elaborada por estos autores incorpora los siguientes textos:

-Literatura infantil y juvenil: (cuentos y novelas escritos por autores contemporáneos dirigidos a público infantil y juvenil)

- El periodismo: periodismo oral, radio y televisión y periodismo escrito, la prensa. Dentro de la prensa hay algunos textos que se prestan más a la libre creación del autor: crónicas, reportajes, reseñas, críticas y artículos de opinión.
- El cine: una película parte de un guión cinematográfico y este reúne una serie de técnicas y recursos también propios de la literatura. Además, la relación entre cine, teatro y narrativa es evidente.



- El ensayo: texto en prosa en el que se mezclan la información objetiva sobre temas de política, ciencia, arte, historia, etc. con la opinión y experiencias personales del autor.
- La canción: las letras de las canciones son escritas siguiendo esquemas poéticos como el ritmo, rima, medida, recursos estilísticos. Asimismo, la poesía en sus orígenes nace para ser cantada.
- El cómic: es un género que combina la imagen y el texto. Posee su simbología y sus técnicas propias. Destaca, además, por su capacidad de acercamiento de los chicos a la literatura.
- Nuevos géneros dramáticos: sobresalen, por una parte, todos los que tienen música como ópera, cabaret, revista, opereta, zarzuela, etc. y, por otra, aquellos que combinan elementos escénicos más novedosos, por ejemplo, mimo, marionetas, títeres, teatro de sombras, pantomima, etc.
- Textos publicitarios: la propaganda y la publicidad utilizada en radio, televisión, revistas y carteles se sirven de técnicas y recursos estéticos propios del ámbito literario.

Teniendo en cuenta los criterios de los autores citados la autora de esta investigación determina tener en cuenta un grupo de premisas importantes para lograr esta competencia, donde se incluye:

1. Una mayor complejidad de las actividades discursivas en las que el estudiante sea capaz de comprender y producir mensajes críticos y valorativos sobre los textos literarios estudiados, acordes a la situación y al contexto de comunicación, teniendo en cuenta los procesos de percepción y producción crítica de textos literarios.
2. La capacidad para el conocimiento, análisis y control de los factores que caracterizan el análisis de los textos literarios a los que tendrá que enfrentarse el estudiante con la colaboración del docente.
3. La atención específica a las variedades del texto literario relacionadas con el aprendizaje, tanto en los aspectos específicos de la asignatura, como en los comunes a los procesos generales de aprendizaje, investigación, comprensión y utilización de información cultural variada, que ofrece la Literatura.
4. Estudio sistemático del fenómeno literario, entendido como forma específica y particular de comunicación, que debe ser interpretado como producto histórico, cultural, lingüístico y estético.

En los estudios realizados en la presente investigación se parte de la necesidad de potenciar la competencia literaria de los estudiantes de la carrera español-literatura, aspecto este que ha quedado demostrado en las insuficiencias que ha presentado el alumnado para lograr un



acertado conocimiento de los saberes que emanan de los textos que deben consultar en su diario bregar.

En el curso 2023 se toma como muestra a un grupo de 2do año de estudio de la carrera Español-Literatura. Se revisan sus evaluaciones y se aplica una prueba pedagógica de inicio que medía la comprensión y producción de textos. Los resultados no son satisfactorios, se constatan: Insuficientes hábitos de lectura, escasa cultura general, ausencia de modelos didácticos que le permitan no solo la comprensión y producción de los significados del texto, sino que sean aplicables a cualquier literatura. Además, no se utilizan estrategias cognitivas y metacognitivas que permitan un mejor acercamiento al texto. Se comienza una investigación con un grupo focal que permite ir organizando todo el proceso investigativo.

Con esta investigación se aprecia que los estudiantes solo leen la literatura que se encuentra dentro de los marcos de los programas y en ocasiones tampoco realizan la lectura de los textos que tienen carácter obligatorio para las asignaturas. Los procesos de composición como resultado de las lecturas son extremadamente pobres, su competencia lingüística es escasa, no reconocen las categorías gramaticales en diferentes tipos de discurso.

Inicialmente, se realizaron varias sesiones de trabajo docente metodológico y científico metodológico con los docentes de la especialidad y de la prestación de servicios para atender el proceso de enseñanza aprendizaje de la lectura desde la perspectiva integral del currículo. Se incluían las asignaturas del currículo base y de los currículos optativo/electivo. Es decir, la formación general como la Historia en sus diferentes ciclos, la psicología, las didácticas generales, todas las implicadas en el bloque de formación patriótica y de defensa nacional.

Las razones de esta preparación general al claustro de la carrera estuvieron fundamentadas al considerar que el alumno debe enfrentarse a toda una diversidad textual que lo conecte siempre con temas universales y de las distintas áreas del saber, fundamentos filosóficos, los fenómenos sociales, etc.). De la misma forma, se considera que, aunque la forma más rigurosa de acercarse a la literatura es a través de obras completas, también resulta lícito hacerlo desde fragmentos escogidos y con lecturas colectivas que faciliten la comprensión e interpretación de los textos seleccionados.

Además, fue necesario consultar a los expertos del grupo focal para reconceptualizar el concepto de competencia literaria de acuerdo con los principios que emanan de las orientaciones para el trabajo metodológico a realizar los docentes en torno a la formación de la competencia literaria.

Se propone además por parte del grupo una prueba pedagógica de cierre que permita conocer los resultados que se alcanzan luego de la implementación de las orientaciones metodológicas.



Metodología

En el proceso investigativo se tuvieron en cuenta los siguientes métodos y técnicas:

Como métodos del nivel teórico Método Analítico-Sintético que sirve para la sistematización y procesamiento de la información de los estudios realizados sobre este tema, el Inductivo-deductivo para llegar a generalizaciones sobre el fenómeno estudiado.

Como métodos empíricos se utiliza la observación participante del proceso de enseñanza-aprendizaje de la competencia literaria, para determinar la preparación didáctica-metodológica de los profesores y constatar qué variantes metodológicas emplean para el tratamiento a la formación de las habilidades y capacidades que incluye la percepción y producción de los significados de texto.

Se usó como técnica investigativa un grupo focal, este investiga todo el tiempo con la autora de la investigación. Juegan el rol de coinvestigadores, realizan las acciones de diagnosticar, a los estudiantes, aplican los instrumentos de aprendizaje reflexionan en torno al tema, aportan ideas, expresan sus criterios de expertos.

El grupo está constituido por los profesores del colectivo de la disciplina Estudios literarios y para determinadas necesidades de la investigación y en momentos específicos, se amplía con el jefe de disciplina de Didáctica del Español y 2 profesores de la prestación de servicios que imparten la asignatura de Historia y Defensa Nacional.

Se aplicó una prueba pedagógica de inicio al comenzar el curso y una prueba de cierre que permitió evaluar la efectividad de las orientaciones metodológicas puestas en práctica.

Se utiliza el taller docente metodológico con los profesores de la carrera como vía de socialización para obtener criterios de factibilidad y validez de la puesta en práctica de las orientaciones metodológicas a partir de su aplicación.

Resultados

Luego de sesiones de discusión con el grupo focal y el análisis de los hallazgos que se fueron obteniendo en la investigación, los expertos consideran poner en práctica las siguientes orientaciones metodológicas que permiten enriquecer la didáctica del análisis de los textos:

- Para comprender una muestra de textos es preciso ir aumentando el grado de implicación del lector según su nivel de comprensión y las posibilidades específicas del texto de análisis. Saber



leer el esquema de los componentes de la educación literaria; para ello existen dos comportamientos, el del lector (construcción del sentido) y el lingüístico (adecuación al texto). En el primero el receptor debe aprender a comprender a través de un itinerario de lecturas comprensibles, "una selección de textos propuestos concebida como un recorrido en el aprendizaje de la comunicación literaria a partir del hábeas que puede ser realmente comprendido por los alumnos.

- Aprender a través de la literatura. Ampliando conocimientos, de las lecturas más sencillas a las más complejas e incluir la crítica literaria en estas. En este sentido aprender a comprender incluye, además, la necesidad de ponderar los conocimientos previos del lector: La representación mental que el lector de literatura debe formarse atañe al estado de desarrollo de su imaginario personal y a la confrontación entre su propia visión del mundo, y de él mismo, con la elaboración cultural de la experiencia humana que le ofrece cualquier obra literaria.
- Contribuir a la socialización y a la estructuración del mundo a partir de textos. Los textos elaboran la propia visión del mundo del lector a través de otras experiencias humanas y sirven como vía de comunicación con otras realidades culturales. En esta línea, se entiende la necesidad de que la escuela contextualice culturalmente el texto como una vía para enriquecer el diálogo del lector con el texto al hacer posibles nuevas conexiones entre la representación obtenida y la representación del mundo anterior a la lectura.
- Aplicar los mecanismos lectores y experimentar la pluralidad de lecturas. Sistematizar la ayuda necesaria para la obtención de habilidades propias de la lectura; así, por ejemplo, debe proponer actividades que posibiliten la anticipación de indicios relevantes en literatura, comprobar el significado del texto según las convenciones establecidas en los distintos géneros y controlar de forma continuada la comprensión del texto a partir de la representación mental del lector y la escala de ficción del texto literario. La puesta en común de las interpretaciones alcanzadas por los lectores contribuirá a constatar la pluralidad de lecturas.
- Enseñar al alumno a evadirse, jugar con la literatura como actividad placentera, lúdica y enriquecedora. Dentro del comportamiento lector significa, apropiarse del texto, es decir, desarrollar la familiarización respecto al texto a través de actividades de contacto con el texto, incitación a la lectura, formación de hábitos lectores y ampliación de formas de lectura.
- Propiciar actividades que doten de criterios de valor y selección para elegir las lecturas personales que vayan conformando la personalidad literaria del alumno.
- Promover la utilización de la lengua desde una vertiente comunicativa y estética, presentando



la literatura como ejemplo de manifestación artística y vía de transmisión de ideas y sentimientos.

- Distinguir las características de las formas de organización de cada muestra de las tipologías textuales y conocer sus rasgos específicos, es decir situar el texto literario entre las variables lingüísticas a través del contraste entre textos diversos y textos literarios. Conocer los diversos géneros y modalidades literarias, así como los recursos lingüísticos señalados.
- Formar al alumno como un receptor personalizado que decida coherentemente sobre el sentido de lo que lee.
- Educar al lector para que valore las cualidades e intenciones de cualquier discurso.
- Concienciar a los docentes para que fomenten la participación de los alumnos como receptores.
- Incidir en que la metodología y los procedimientos didácticos consideren las aportaciones y valoraciones de los lectores.
- Impedir que se limite el planteamiento personal de análisis de un texto a una "impuesta sugerencia" de interpretación, aunque esté avalada por referentes críticos y teóricos.
- Tener en cuenta los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales necesarios para formar a los alumnos en el dominio de destrezas lectoras y en la identificación de relaciones intertextuales o de metacognición del proceso de recepción.
- Evitar el exceso de análisis para no caer en la desmotivación y aborrecimiento de la lectura.
- El itinerario recomendado para la lectura y comprensión debe ser flexible, pues el texto presenta sus propias características.
- Realizar siempre el análisis de la lectura total del texto que permita establecer el referente común de la obra, así como su construcción global mediante la ayuda del profesor y las interpretaciones del resto de los lectores. Proyectar las acciones para cada fase de análisis de una lectura
- El profesor actúa de guía, pero es el alumno el que debe formar su propia Competencia literaria.

En resumen, el objetivo final de la educación literaria es el de formar lectores capaces de interpretar un texto mediante la interacción entre la comprensión de los datos procedentes de la intertextualidad y los del intertexto lector. Se trata de que el lector sepa resolver con coherencia el sentido de un texto literario artístico o no, porque se debe tener presente la variedad textual.

Por consiguiente, el primer objetivo en el aprendizaje de la literatura será crear el hábito y



motivación lectora, que se puede ir complejizando con otros textos que exigirán un mayor nivel y esfuerzo de comprensión, lo cual no significa que los textos no sean motivadores. Por esta razón, se considera que el alumno debe enfrentarse a toda una diversidad textual que lo conecte siempre con temas universales que preocupan a los estudiantes (el amor, la vida, la muerte, el paso del tiempo, los resultados de la ciencia y la técnica, fundamentos filosóficos de los fenómenos sociales, etc.).

De la misma manera, se considera que, aunque la forma más rigurosa de acercarse a la literatura es a través de obras completas, también resulta lícito hacerlo desde fragmentos escogidos y con lecturas colectivas que faciliten la comprensión.

Otro elemento significativo en lo investigado fue la reconceptualización del concepto de competencia literaria a partir de los fines de la investigación, esta nueva definición permite instrumentar coherentemente los principios que se considerarán en la formación de la competencia literaria.

Discusión

Los logros y aportes innovadores al estudio radican en que luego de un proceso de sistematización de la teoría estudiada, se constata que varios autores abordan la competencia literaria en estrecha relación con el texto literario artístico. Por tales motivos se reconceptualiza el concepto de competencia literaria y se expresa:

La competencia literaria es una configuración psicológica que integra las capacidades cognitivas y metacognitivas para comprender y producir significados, los conocimientos acerca de las estructuras lingüísticas y discursivas de diferentes tipos de textos y las capacidades para interactuar en diversos contextos socioculturales, con diferentes fines y propósitos, donde se incluye su experiencia como lector y la expresión creativa, teniendo en cuenta la percepción crítica que demanden sus saberes que contribuyen a despeños más independientes y permiten al egresado integrar los conocimientos de la lectura a un nivel superior.

Este nuevo concepto, que es una aportación teórica, se distingue de los anteriores porque incluye diferentes muestras de la tipología textual, los procesos de comprensión y producción de textos y a la experiencia como lector y su expresión creativa, teniendo en cuenta los saberes que demanden los textos. La definición es un aporte a la didáctica de la comprensión de textos para el dominio de los docentes y permite un mejor abordaje de la literatura por la que incursiona el



alumnado, sea académica o no.

Además, se aportan las orientaciones didácticas que contribuyen a un mejor reordenamiento del proceso de enseñanza aprendizaje de los textos.

Con este estudio se logra una mejor preparación del claustro de la carrera para la metodología de las clases. Los estudios realizados tienen un valor interdisciplinario y transdisciplinario previendo desde el currículo la comprensión y construcción de textos por parte de todas las asignaturas.

Dentro de los logros de la investigación se encuentran además, los resultados alcanzados en la prueba pedagógica de cierre, luego de haber aplicado en un curso las orientaciones metodológicas donde se patentizan mejores hábitos lectores en todas las tipologías textuales, empleo de estrategias cognitivas y metacognitivas en el análisis de textos que le permiten una mejor codificación y decodificación de las muestras de análisis, reconocen e los recursos lingüísticos que caracterizan a los textos y en las diversas actividades discursivas son capaces de comprender y producir mensajes críticos y valorativos sobre los textos literarios artísticos o de otra clasificación y por consiguiente hay una mejora en los procesos de composición que se derivan de la comprensión textual.

Conclusiones

1-La concepción de la competencia literaria asumida se distingue de las existentes por tener en cuenta conocimientos acerca de las estructuras lingüísticas y discursivas de diferentes tipos de textos y las capacidades para interactuar en diferentes contextos socioculturales con diferentes propósitos.

2- En el proceso de enseñanza aprendizaje de la lectura se deben tener en cuenta en grupo de orientaciones metodológicas que permiten el desarrollo de las habilidades lingüísticas y cognitivas en torno a la lectura. Esto es aplicable a todo tipo de texto, no solo al literario artístico puesto que un buen lector, con una competencia literaria madura debe poseer la capacidad de leer textos artísticos, científicos, informativos con independencia de su tipología.

3-Para valorar la pertinencia, factibilidad y aplicabilidad de los procedimientos propuestos se empleó el taller de socialización. El análisis de los resultados demostró que existen evidencias positivas acerca del empleo de las orientaciones metodológicas según los fines para los que se diseñan.



Estas viabilizan el desarrollo de la competencia literaria y facilitan una vía de trabajo para los docentes de la carrera. La implementación de las orientaciones en el proceso pedagógico es aplicable y evidenció cambios significativos en los niveles de competencia de los estudiantes.

Agradecimientos

A los profesores del grupo focal que fueron coinvestigadores de este trabajo y a los estudiantes del grupo seleccionado como muestra.

Referencias bibliográficas

Cassany, D. (2001). Enseñar Lengua Barcelona .Ed. Grao

Colomer, T. (1991) De la enseñanza de la literaria a la educación literaria. Comunicación.

Cruzata Martínez, A (2019) .La competencia literaria: percepción y producción crítica de los textos literarios traspasa las fronteras del acto pedagógico.CD Evento internacional pedagogía., ISBN 978-959-7139-70-6

Campos, E. y otros. (2020). La didáctica de la lectura universitaria en el proceso de formación en valores desde las áreas curriculares. Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores. Año: VIII Número: 1 Artículo no.:5 Período: 1 de septiembre al 31 de diciembre.

Carlino, P. (2020). ¿Qué es alfabetización académica? En Revista Mexicana de Investigación Educativa 2020. Sistema de Información Científica Redalyc. Leído marzo de 2021.

Díaz-Canel Bermúdez, M. (2020). Conferencia Inaugural Universidad 2012. Ministerio de Educación Superior.

García Sánchez, C. (2005) La enseñanza de la comprensión lectora: un problema interdisciplinario. Tesis de Maestría inédita. Universidad de Ciencias Pedagógicas “Enrique José Varona”, La Habana.

González Morales, A. (1999). Modelo teórico-metodológico para incentivar el hábito de lectura literaria en los Institutos Superiores Pedagógicos. *Tesis de doctorado inédita*. Recuperada el 3 de diciembre de 2019, de <https://eduniv.mes.edu.cu>.

Henríquez Ureña, C. (1975). Invitación a la lectura. La Habana: Ed. Pueblo y Educación.

León, J. A. (2006). Un nuevo enfoque de la comprensión lectora. Universidad Autónoma de



Madrid. Madrid: Ed. Cátedra.

Massit, A. (2018). Lectura creadora; su estimulación en los escolares del nivel primario. Curso 68, Congreso de Pedagogía. La Habana: Ed. Pueblo y Educación.

Martí, J. (1963). Libros de hispanoamericanos y ligeras consideraciones. Obras Completas. La Habana: Ed. Nacional de Cuba, T.8.

Montaño, J. R. (2018). Tras las huellas del texto. Una reflexión sobre la lectura. En Español para todos. La Habana: Ed. Pueblo y Educación.

Peña J., y Barboza F. (2006). “Presencia de la lectura”, en Un espacio para leer y escribir. Caracas: El Nacional.

Rosenblath, L. (1978) *The reader, the text, the poem: the transactional theory of literay work*. Carbondale: Soutehern Illinois university Press.

Rosenblath, L. (1996). Textos en contextos. Buenos Aires: Paidós.

Ruiz Iglesias, M. (1996). Pedagogía textual. México: Ed. INAES.

A partir de las experiencias de la práctica pedagógica en la carrera Licenciatura en educación, especialidad Español Literatura y o aportado por el grupo focal, se elaboraron y pusieron en práctica en todos los años, con énfasis en los terminales, un grupo de orientaciones metodológicas que se debían seguir para lograr la formación de la competencia literaria de los educandos y obtener el aprendizaje de la literatura.



Bioética, los derechos humanos y su importancia en el profesional de la comunicación social

Bioethics, human rights and their importance in the professional of social communication

Edgardo Murgas Álvarez

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá
edgardo.murgas@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0009-4466-3790>

Alcira Prieto Montero

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá
alcira.prieto@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0003-3500-4776>

Oscar Gómez Miranda

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá
oscar.gomez@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0001-9207-5090>

Emmanuel Alemán Ariza

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá
emmanuel.aleman@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0001-5565-1482>

Recibido: 31 mayo 2024

Aceptación: 20 agosto 2024

DOI

RESUMEN

La bioética es una disciplina que busca incidir de manera práctica en la conducta humana, especialmente en situaciones donde se requieren decisiones basadas en juicios complejos y dilemas éticos. No debe ser reducida únicamente a un ámbito especializado o a discusiones entre académicos, ya que su propósito va más allá de construir una doctrina. Su verdadera función radica en fomentar la evolución de la conciencia social, lo que influye directamente en la forma en que los profesionales de la comunicación transmiten la información. En este contexto, el presente artículo pretende demostrar la



relevancia de la bioética y los derechos humanos en el ejercicio profesional de la comunicación social. Para el análisis, se empleó un enfoque explicativo con el objetivo de proporcionar una visión detallada sobre estos temas. Se recurrió a referencias bibliográficas como soporte para el desarrollo de la investigación, permitiendo una mejor comprensión de los conceptos abordados.

Palabras clave: bioética, derechos humanos, profesional, comunicación social.

ABSTRACT

Bioethics is a discipline that seeks to have a practical impact on human behavior, especially in situations where decisions based on complex judgments and ethical dilemmas are required. It should not be reduced to a specialized field or to discussions among academics, since its purpose goes beyond building a doctrine. Its true function lies in promoting the evolution of social awareness, which directly influences the way in which communication professionals transmit information. In this context, this article aims to demonstrate the relevance of bioethics and human rights in the professional practice of social communication. For the analysis, an explanatory approach was used with the aim of providing a detailed view of these issues. Bibliographic references were used as support for the development of the research, allowing a better understanding of the concepts addressed.

Keywords: bioethics, human rights, professional, social communication.

Introducción

Para comprender mejor la relación entre la bioética, los derechos humanos y su impacto en el ejercicio del profesional de la comunicación social, es fundamental profundizar en estos conceptos y su alcance.

Actualmente, la bioética se considera como algo primordial dentro de la investigación que se basa en la biomédica, pues estos investigadores de medicina, genética, biología y demás ciencias que pertenecen a la salud, deben tomar en cuenta la relevancia de sus principios esenciales para mantener los derechos del ser humano, debido a que existe la gran posibilidad de hacer que esos derechos sean vulnerables e inclusive la dignidad de la persona ante una investigación, puede ser débil.



La relevancia de estos temas se amplifica en el ámbito de la comunicación social, donde los profesionales no solo informan, sino que también moldean percepciones y actitudes.

La ética en la comunicación adquiere una dimensión particularmente crucial al abordar temas sensibles. Así, la responsabilidad ética del comunicador se convierte en un eje central para la construcción de una sociedad informada y éticamente comprometida.

Por ende, este artículo explora cómo los principios bioéticos y los derechos humanos no solo guían las decisiones individuales, sino que también definen el papel y la responsabilidad del comunicador social. Analizar estas interrelaciones no solo enriquece el debate académico, sino que también proporciona directrices éticas indispensables para una práctica comunicativa ética y efectiva en el contexto contemporáneo.

Desarrollo

Contexto, conceptos de la bioética, derechos humanos y profesional de comunicación social

Concepto de bioética:

Para empezar, el término "bioética" fue introducido por Van Rensselaer Potter, profesor de oncología y subdirector del McArdle Laboratory for Cancer Research en la Facultad de Medicina de la Universidad de Wisconsin. Este concepto apareció por primera vez en su obra *Bioethics: Bridge to the Future* (1971).

Para Potter, la bioética planteaba dos premisas fundamentales: en primer lugar, que la viabilidad del futuro a largo plazo dependía de la bioética más que de la ética tradicional; y en segundo lugar, que era necesario formular y desarrollar una política bioética, ya que la ética convencional se enfoca en las relaciones humanas, mientras que la bioética abarca la interacción entre los seres humanos y los sistemas biológicos.

En el prefacio de su monografía, Potter expone esta perspectiva:

“Necesitamos de una Ética de la Tierra, de una Ética de la Vida Salvaje, de una



Ética de Población, de una Ética de Consumo, de una Ética Urbana, de una Ética Internacional, de una Ética Geriátrica, etcétera. Todos estos problemas requieren acciones basadas en valores y en hechos biológicos. Todos ellos incluyen la Bioética y la supervivencia del ecosistema total constituye la prueba del valor del sistema (Potter Van Rensselaer, 1971)”.

En 1972, André Hellegers fundó el Instituto Kennedy de Bioética en la Universidad de Georgetown, en Washington D.C., marcando la primera ocasión en que una institución académica adoptó este término emergente. Según Warren Reich (1995), la aceptación de la palabra "bioética" se debe a su gran impacto y significado evocador.

Reich destaca que el término sugiere un enfoque innovador, la convergencia de diversas disciplinas desde una perspectiva distinta y la creación de un nuevo espacio de discusión. Además, su uso ayudó a mitigar las connotaciones ideológicas que comúnmente se asociaban con el concepto de ética.

La bioética tiene sus raíces en las antiguas civilizaciones de Egipto y Mesopotamia, donde se encontraron las primeras normativas relacionadas con la práctica médica. Posteriormente, Hipócrates (Grecia, 460-370 a.C) fue reconocido por establecer el Juramento Hipocrático, un código de conducta que rige la ética profesional de los médicos.

Por otro lado, Carlo Caffara sostiene que la bioética se centra en la conducta humana dentro del ámbito de la vida, abarcando tanto el conocimiento científico de la biología como su aplicación práctica. Según su perspectiva, la bioética no debe generar nuevos principios éticos generales, sino más bien adaptar y aplicar los principios existentes a los dilemas contemporáneos que surgen en relación con la vida y la biomedicina (Caffara, 1994, p.23)

Siguiendo las definiciones, León Correa menciona:



“La Bioética es una deliberación práctica de las exigencias éticas que lleva consigo el respeto por la vida humana y no humana, y la promoción de la dignidad de la persona, en el ámbito biomédico, en la asistencia en salud, en las instituciones, políticas y sistemas de salud” (León Correa, 2015)

Desde otra perspectiva, la bioética puede entenderse como el análisis estructurado del comportamiento humano en el contexto de las ciencias de la vida y la atención sanitaria, evaluado a partir de principios éticos y valores morales (Bioethics, 2014)

Abel la define como:

"El estudio interdisciplinar de los problemas creados por el progreso biológico y médico, tanto a nivel microsocioal como a nivel macrosocioal, y su repercusión en la sociedad y en su sistema de valores, tanto en el momento presente como en el futuro". (Abel Fabre, 2001)

1. Contexto General

Vivimos en una era donde los avances científicos, tecnológicos y mediáticos plantean nuevos desafíos éticos y sociales. La bioética, los derechos humanos y la comunicación social están interconectados en la manera en que se informa, se regulan prácticas y se protegen valores fundamentales como la dignidad, la privacidad y la verdad.

3. Derechos Humanos

Los **derechos humanos** son garantías universales inherentes a todas las personas, sin distinción de raza, género, religión o condición social. Son esenciales para la dignidad humana y están protegidos por organismos internacionales como la ONU.

Principios Fundamentales

Universalidad: Aplican a todas las personas.

Indivisibilidad: No se pueden jerarquizar unos sobre otros.

Interdependencia: Están interconectados (ej. el derecho a la salud afecta el derecho a la vida).

Inalienabilidad: Nadie puede ser privado de ellos arbitrariamente.

Ejemplo: La libertad de expresión y el derecho a la privacidad son derechos humanos fundamentales que impactan la labor de los comunicadores sociales.



En sus primeras etapas, el desarrollo de la bioética estuvo casi exclusivamente ligado a los Estados Unidos. Daniel Callahan, fundador del Hastings Center, resumió en 1993 los principales factores que facilitaron la adopción de los estudios bioéticos en dicho país:

Aunque varios de los primeros bioeticistas tenían formación teológica o eran creyentes, el enfoque rápidamente se desplazó hacia una bioética secular, funcional en una sociedad diversa. Su discurso se fundamentó en los derechos civiles, el pluralismo ideológico y la búsqueda de estrategias y consensos dentro de un contexto culturalmente heterogéneo.

Esto llevó a que la bioética en Estados Unidos se estructurara en torno a normativas y directrices capaces de abordar cuestiones complejas. En lugar de buscar una base filosófica única, se optó por alcanzar acuerdos prácticos sobre problemas específicos a medida que surgían. Esta tendencia se reflejó en la creación de Comités de Revisión Institucional, así como en comisiones asesoras para el Congreso y la Presidencia.

La bioética estadounidense encontró afinidad con el auge del liberalismo político predominante en los sectores académicos y en las élites intelectuales, quienes identificaban en ella un lenguaje basado en derechos y libertades individuales dentro de una economía de mercado.

A lo largo del tiempo, múltiples expertos han definido este campo desde distintas perspectivas. Por ejemplo, A. Pessina (1999), catedrático de Bioética en la Universidad del Sacro Cuore de Milán, la describió como la "conciencia crítica de la civilización tecnológica".

Según su visión, la bioética surge de la necesidad de cuestionar los principios que han regido la sociedad occidental, evidenciando la incapacidad de los avances tecnológicos para autorregularse. Desde esta óptica, la bioética representa un retorno a la ética entendida como *recta ratio agibilium*, es decir, la aplicación de la razón práctica a los dilemas que emergen en la era tecnológica (Solana, 2015)

En cualquier caso, en definitiva, todas las definiciones que son presentadas hasta ahora sobre el término bioética, contienen la idea que es: "un estudio multidisciplinar de las problemáticas dadas por el conocimiento científico y por el gran poder de la tecnología que sostenemos sobre la vida".



Y en todo momento se le hace reconocimiento al objetivo práctico de valer para dar orientación a decisiones fundamentales. Es conveniente, también, dar señalamiento a que la bioética ha terminado elaborando dos líneas de desenvolvimiento.

Para concluir con otra perspectiva, se encuentra la bioética clínica, cuyo enfoque se centra en analizar los desafíos tanto en la atención médica como en la investigación en el ámbito de la salud. Por otro lado, existe una rama de la bioética que aborda las problemáticas vinculadas al entorno natural y su preservación.

El Autor Potter presentó una propuesta basada en llamar a esta segunda línea progreso “bioética global”. Aunque algo sí es cierto, hasta el momento, la bioética clínica ha prevalecido sobre la global en cada aspecto calculable.

Concepto de Derechos Humanos:

Los derechos humanos son garantías fundamentales que pertenecen a todas las personas, sin importar su raza, género, nacionalidad, origen étnico, idioma, religión o cualquier otra condición. Dentro de estos derechos se encuentran el derecho a la vida y la libertad, la prohibición de la esclavitud y la tortura, así como la libertad de expresión y opinión, el acceso a la educación y el derecho al trabajo, entre otros. Estas prerrogativas son universales y deben ser respetadas sin ningún tipo de discriminación. (Naciones Unidas, s.f.)

Nicolás Buenaventura:

“La ciencia de los derechos humanos no puede ser asumida hoy a partir de un solo mito de creación. Antes de que los derechos humanos tuvieran carta de ciudadanía, es decir, quedaran consagrados en pactos por medio de “cartas”, fueron siempre “gente”, por así decirlo, o sea que estaban vivos, pugnando por la convivencia y la solidaridad humanas, por hacer confiable y amable esta vida”. (Suriá, 2010, p.16)

Paulin Hountondji:

“Ciertamente, Europa no inventó los derechos humanos, como tampoco inventó la idea de dignidad humana. Simplemente, fue capaz de realizar



sobre este tema –y eso fue su mérito– una investigación sistemática que adquirió la forma de una discusión progresiva abierta. De esta manera produjo no la cosa, sino el discurso sobre la cosa”. (Suriá, 2010, p.16)

Se puede afirmar que los derechos humanos son aquellos que poseemos simplemente por el hecho de ser personas, sin depender de la concesión de ningún Estado. Estos derechos, de carácter universal, pertenecen a cada individuo sin importar su nacionalidad, género, etnia, color de piel, religión, idioma o cualquier otra condición. Incluyen tanto los más esenciales, como el derecho a la vida, como aquellos que garantizan una existencia digna, tales como el acceso a la alimentación, la educación, el empleo, la salud y la libertad. (Naciones Unidas, 2022)

Concepto del profesional de comunicación social:

El ámbito profesional de la comunicación social puede entenderse como un espacio donde se lleva a cabo el ejercicio de esta disciplina, permitiendo la interacción y socialización entre individuos y entidades dedicadas a esta labor. Al igual que en otras áreas, su estructura se organiza de manera planificada, considerando el grado de autonomía que poseen tanto los profesionales como las organizaciones que lo integran.

Por otra parte, la conformación del ámbito profesional de la Comunicación Social surgió a partir del desarrollo progresivo de diversas prácticas dentro de la profesión. Su aparición se dio de manera gradual, atravesando diferentes niveles de complejidad en la organización social. En este sentido, es relevante considerar la siguiente reflexión de la profesora Restrepo:

La comunicación como profesión cobija multiplicidad de campos. Si bien es cierto que la sociedad ha legitimado algunos, como el Periodismo de manera privilegiada y otros, como la Publicidad, la Producción Audiovisual, la Comunicación de las Organizaciones, entre otros, el espectro cada día se abre más. Es frecuente encontrar la relación explícita de la comunicación con la educación, la salud, la administración, el desarrollo económico, la ecología, la política, la religión, las artes, la técnica por solo mencionar algunos campos.

Basta con volver sobre la comunicación como constitutiva de lo humano en comunidad para descubrir que cualquier actividad humana está cruzada por ella; no es que todo sea comunicación, sino que esta es condición necesaria del desarrollo humano. (Restrepo J., 1995, p.82)

Desde esta perspectiva, la comunicación, de acuerdo con las investigadoras latinoamericanas Estela Zalba y Jorgelina Bustos (Durán, 2019), se define como: (Durán, 2019)



Un concepto que atraviesa los múltiples campos de lo social y lo cultural. La comunicación es un proceso humano fundamental, que preside y enmarca la vida del hombre, tanto en su construcción como individuo como en su inmersión en lo social. Lo comunicativo está en la base de la mayoría de las prácticas sociales y es el proceso que posibilita la vida de relación. En tal sentido, toda práctica social involucra, en diversos grados, una forma de práctica comunicativa.

Esto quiere decir, que la comunicación ha estado presente de muchas maneras convirtiéndola en atractiva, en especial para futuros profesionales, pero también se ha vuelto importante en muchos otros aspectos.

Motivación para la investigación

Este artículo se presenta con el propósito de analizar la relación entre la bioética, los derechos humanos y su relevancia en la labor del profesional de la comunicación social, dado el impacto que estos aspectos tienen en la actualidad. Aunque tradicionalmente la bioética ha sido estudiada en los ámbitos médico y ambiental, su presencia en el campo de la comunicación es innegable y requiere una reflexión profunda.

En este sentido, el comunicador moderno debe considerar los principios éticos que rigen su labor informativa, especialmente cuando aborda temas relacionados con la salud o el medio ambiente. La bioética y el respeto por los derechos humanos son aspectos fundamentales que deben ser tratados con responsabilidad, garantizando que la información transmitida se ajuste a principios éticos adecuados.

Por lo tanto, la motivación principal de este trabajo radica en destacar la importancia del respeto a la bioética y los derechos humanos dentro del ejercicio profesional del comunicador social. Dado que su rol implica la difusión de información, es esencial que lo haga con un alto nivel de compromiso y precaución, en especial cuando se trata de asuntos sensibles que pueden influir en la percepción y toma de decisiones de la sociedad.

La relevancia de la bioética y los derechos humanos en el ejercicio del profesional de la comunicación social.



La bioética es una ciencia que hoy en día va teniendo cada vez más relevancia ya sea en la salud, como en la formación de un profesional de comunicación social; sin embargo, para el comunicador de la información relacionada con la salud, debe tener en cuenta los aspectos que debe respetar al momento de informar, ya que estos pueden generar cambios en las actitudes y en el comportamiento humano. Consideramos que la información debidamente comunicada, puede ayudar a hacer reflexión de aquellas circunstancias médicas que tienen como implicación lo moral y lo legal.

Según Velázquez (2016), es fundamental que los medios de comunicación, especialmente cuando abordan temas relacionados con la bioética, no se limiten únicamente a transmitir los hechos, sino que lo hagan de manera precisa y responsable. Una información ética y bien fundamentada, aunque pueda omitir ciertos detalles técnicos, debe incluir en su esencia la consideración de estos aspectos. Sin embargo, en muchas ocasiones, la búsqueda de beneficios económicos o intereses particulares puede distorsionar la información, lo que puede dar lugar a interpretaciones erróneas y juicios inadecuados.

Sin duda, coincidimos con lo mencionado anteriormente, informar adecuadamente, sin cambiar los hechos es parte de la ética, si no se respeta eso, entonces estamos dando falsas declaraciones e incitando que el espectador se confunda y comente de forma errónea ante un tema delicado.

También menciona que “La comunicación global se vuelve medio de transmisión de una catarata de desacuerdos que no solo son inmediatos, sino que resultan continuos”. Eso quiere decir que lo que se comente tendrá repercusión de forma rápida, así sea una noticia falsa o verdadera.

Por último, destaca que “La difusión de una sensibilidad bioética mediante los medios de comunicación tiene un gran valor civil, democrático y educativo”. Por esa razón, el comunicador social debe tener cuidado con este tipo de información que requiere de mucho respeto.

Por otro lado, Llosa (2012), menciona que “...los grandes órganos de difusión no son meras veletas que deciden su línea editorial, su conducta moral y sus prelações informativas en función exclusiva de los sondeos de las agencias sobre los gustos del público. Su función es,



también, orientar, asesorar, educar y dilucidar lo que es cierto o falso, justo e injusto, bello y execrable en el vertiginoso vórtice de la actualidad en la que el público se siente confuso y extraviado”. Lastimosamente, existen medios de comunicación que no les importa comunicar información falsa con tal de llamar la atención del público.

En síntesis, el profesional de la comunicación debe desempeñar eficazmente su labor de informar y promover el diálogo en la sociedad, fomentando una opinión pública consciente y bien fundamentada, lo cual es esencial en el ámbito de la bioética.

Temas que se discuten en la bioética

La bioética aborda una variedad de temas sensibles que el comunicador social debe conocer para informar con responsabilidad. Según (Marlasca, 2002, p. 12) estos incluyen aspectos relacionados con la reproducción humana, como el control de la natalidad, aborto, fecundación in vitro y clonación; intervenciones en el patrimonio genético, como la manipulación del ADN y el proyecto genoma humano; cuestiones sobre el final de la vida, como la eutanasia y los cuidados paliativos; y la manipulación del cuerpo mediante trasplantes y prótesis.

Además, se analizan modificaciones en la conducta mediante neurocirugía y sustancias químicas, el impacto de la biotecnología en el medioambiente, la experimentación con humanos y el uso de organismos modificados genéticamente. También se estudia la distribución equitativa de los recursos sanitarios, un desafío creciente en el ámbito de la salud pública. Estos temas deben ser abordados desde una perspectiva ética y con base en el principio de justicia.

Declaración universal sobre bioética y derechos humanos

En octubre de 2005, la Conferencia General de la UNESCO adoptó por unanimidad la Declaración Universal sobre Bioética y Derechos Humanos, un documento histórico en el que los Estados Miembros se comprometieron a respetar y aplicar principios fundamentales de bioética en un único texto. Además, junto con esta declaración, la UNESCO aprobó una resolución instando a los países a implementar activamente los principios establecidos en el documento. (Bazán, 2022)



Código internacional de ética periodística de la UNESCO:

Los periodistas, como parte del ámbito de la comunicación social, deben regirse por un código internacional de ética que establece principios fundamentales en su labor.

Entre estos principios se encuentra el derecho de la sociedad a recibir información veraz y objetiva, asegurando que la realidad sea presentada de manera precisa y contextualizada. Además, los periodistas tienen la responsabilidad social de transmitir información de interés público, actuando con integridad y respetando su conciencia ética.

Asimismo, la profesión exige transparencia, garantizando el acceso del público a la información y su participación en los medios de comunicación. También se enfatiza el respeto por la privacidad y la dignidad humana, así como por los valores universales, la diversidad cultural y la preservación de la paz y la democracia.

Otro aspecto clave es la oposición a la violencia, la discriminación y la guerra, promoviendo el respeto a los derechos humanos y el bienestar social. Finalmente, se destaca la importancia de fomentar un nuevo orden mundial de la información, basado en la democratización de la comunicación y el respeto a la identidad cultural de los pueblos. (UNESCO, 2015)

La Bioética en la era digital y los medios de comunicación

La era digital ha transformado el ejercicio del periodismo y la comunicación social, introduciendo nuevos desafíos éticos en el manejo de la información. La inmediatez de las redes sociales y la proliferación de plataformas digitales han llevado a una difusión masiva de noticias sin una regulación clara. En este contexto, la bioética juega un papel crucial al orientar el ejercicio profesional hacia un enfoque responsable, que garantice el respeto por la dignidad humana y los derechos fundamentales.



Los profesionales de la comunicación social deben enfrentarse a dilemas bioéticos al abordar temas como la privacidad de los datos, la difusión de información médica y la presentación de imágenes sensibles. De acuerdo con la UNESCO (2015), el periodismo ético debe priorizar la verificación de fuentes, evitar la difusión de contenido que pueda vulnerar la privacidad de las personas y ofrecer un tratamiento adecuado a informaciones relacionadas con la salud y la ciencia.

El Impacto de la bioética en la información sobre salud

La cobertura mediática de temas de salud pública, pandemias y avances científicos ha puesto de relieve la necesidad de aplicar principios bioéticos en la comunicación. Durante la pandemia de COVID-19, por ejemplo, se evidenció la importancia de la transparencia en la información y la necesidad de evitar el sensacionalismo. La bioética ayuda a definir cómo comunicar información sobre salud de manera responsable, garantizando que el público reciba datos verificados y contextualizados.

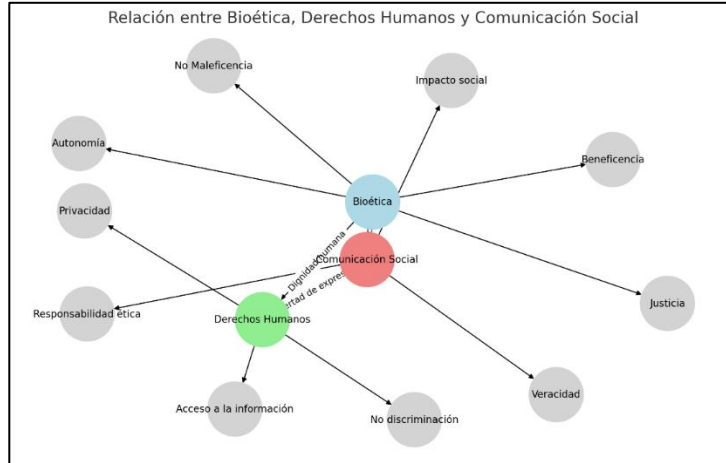
Según Velázquez (2016), los comunicadores deben considerar los principios de beneficencia y no maleficencia al presentar noticias relacionadas con la salud. Esto implica evaluar el impacto potencial de la información, evitando generar pánico o difundir datos erróneos que puedan afectar las decisiones de la población.

Figura 1. Principios de la bioética aplicados a la Comunicación Social

Principio Bioético	Aplicación en Comunicación Social
Autonomía	Respeto a la privacidad y consentimiento informado en la difusión de información personal.
Beneficencia	Informar de manera responsable para el bienestar de la sociedad.
No maleficencia	Evitar el sensacionalismo y la desinformación.
Justicia	Garantizar acceso equitativo a la información de calidad.



Figura 2. Relación entre Bioética, Derechos Humanos y Comunicación social



En él se destacan los principios clave de cada área y sus interconexiones, como la ética informativa, la libertad de expresión y la dignidad humana.

La bioética aplicada en Panamá

En la Universidad de Panamá opera un comité de Bioética cuya labor principal es promover la participación en investigaciones relacionadas con esta disciplina. Este comité podría representar un recurso valioso para los futuros profesionales de la comunicación social, ya que el abordaje de temas bioéticos requiere un conocimiento sólido y una aplicación responsable en el ejercicio de su profesión. Además de recibir formación en el área, es esencial que estos profesionales adopten y practiquen valores éticos tanto en el ámbito laboral como en su vida personal.

¿Cómo surgió el comité de bioética de la Universidad de Panamá?

En 2013, el Dr. Juan Gómez, en su rol de Vicerrector de Investigación y Postgrado, asignó a un equipo técnico liderado por el Dr. César Garrido la tarea de elaborar un reglamento para la creación de un Comité de Bioética de la Investigación (CBI), con el propósito de cumplir uno de los objetivos establecidos en el reglamento de investigación de la Universidad de Panamá.



Los CBI deben contar con formación en bioética y normativas de investigación, y su labor se basa en el análisis y el consenso, garantizando el respeto por los derechos humanos. (Bazán, 2022)

Funciones de comité de bioética de la Universidad de Panamá

Analizar proyectos de investigación que involucren seres humanos, sus datos personales, muestras biológicas, experimentación con animales o el uso de organismos genéticamente modificados, siempre dentro del marco de la bioética y los derechos humanos.

Diseñar y ejecutar programas de formación en bioética aplicada a la investigación.

Organizar seminarios y congresos sobre temas bioéticos relevantes, además de divulgar las implicaciones éticas de los avances científicos ante la opinión pública.

Impulsar y colaborar en estudios relacionados con la bioética.

Establecer y fortalecer vínculos nacionales e internacionales en el ámbito de la bioética.

Este comité representa una herramienta valiosa para los futuros comunicadores sociales, por lo que sería beneficioso que los estudiantes participaran en estos eventos académicos. Así, al integrarse al ámbito laboral, contarán con los conocimientos necesarios para abordar cuestiones bioéticas con responsabilidad y ética profesional.

Conclusiones

El respeto a la bioética y los derechos humanos es un principio fundamental que todo comunicador social debe asumir en el ejercicio de su profesión. Es crucial que se adhiera a las directrices establecidas, asegurándose de que la información transmitida sea precisa, ética y libre



de interpretaciones sesgadas que puedan generar desinformación o conflictos.

Actualmente, los temas relacionados con la salud pública y las políticas sanitarias ocupan un lugar central en el debate bioético. Esto ha propiciado la evolución de la bioética hacia el bio-derecho, un campo que enfatiza la necesidad de que la legislación en asuntos bioéticos surja de una deliberación pública informada.

En este sentido, la comunicación desempeña un papel clave al garantizar que la sociedad participe en estos debates con conocimiento y comprensión adecuados. (Velázquez, 2016)

Uno de los principales propósitos de la bioética y los derechos humanos en la formación del comunicador social es promover el respeto hacia todas las personas en sus diferentes dimensiones.

Para ello, es fundamental que estos profesionales adquieran los conocimientos necesarios para abordar, de manera responsable y ética, temáticas sensibles como la vida, la salud y los dilemas éticos que pueden surgir debido a conflictos de valores, creencias y derechos fundamentales.

La difusión de información es una de las actividades más relevantes para la sociedad, ya que permite a la población conocer y comprender su entorno. Sin embargo, en muchas ocasiones, el acceso a dicha información se torna complicado, ya sea por su complejidad o porque no se presenta de manera adecuada. Esto es especialmente notorio en temas bioéticos, donde una mala interpretación o un tratamiento inadecuado pueden generar confusión o desinformación.

La bioética en la comunicación social es una herramienta esencial para garantizar un ejercicio profesional ético y responsable. En un mundo hiperconectado, donde la información puede difundirse rápidamente, es fundamental que los comunicadores adopten principios bioéticos que protejan la dignidad humana y promuevan la veracidad en la información.

La implementación de códigos de ética y el fortalecimiento de la formación en bioética dentro de las facultades de comunicación social pueden contribuir significativamente a una práctica periodística más consciente y socialmente responsable.

Por último, no se puede ignorar que, en ciertas situaciones, los comunicadores pueden pasar por alto los principios éticos al tomar decisiones sobre la información que divulgan. Por ello, es



esencial que otorguen la debida importancia a la bioética y los derechos humanos, respetando sus fundamentos y evitando difundir contenido que pueda ser ofensivo o que tergiversar el verdadero propósito de estos temas.

La comunicación ética y responsable es un compromiso que no solo beneficia al profesional, sino también a la sociedad en su conjunto.

Referencias Bibliográficas

Abel Fabre, F. (2001). Bioética: orígenes, presente y futuro. Instituto Borja de Bioética.

Bazán, Nadia Noemí Franco. (2022). Módulo I: La Bioética.

Bazán, Nadia Noemí Franco. (s.f.). Módulo II: La Bioética y su Aplicación.

Bioethics, E. o. (2014). Macmillan Referense. USA, Estados Unidos de Norteamérica.

Caffara, C. (1994). Manual de Bioética General. Rialp.

Durán, L. C. (2019). El campo profesional de la Comunicación Social. Acercamiento teórico desde la Sociología . Revista Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina.

León Correa, F. (2015). FELAIBE, ed. Introducción. Bioética, deliberación y Salud Pública.

Llosa, M. V. (2012). La civilización del espectáculo,. Madrid: Alfaguara,.

Marlasca, A. (2002). Introducción a la bioética.

Naciones Unidas. (2022). ¿Qué son los derechos humanos?
<https://www.ohchr.org/es/what-are-human-rights#:~:text=Los%20derechos%20humanos%20son%20los,idioma%20o%20cualquier%20otra%20condici%C3%B3n.>

Naciones Unidas. (s.f.). Derechos humanos. <https://www.un.org/es/global-issues/human-rights>

Pessina, A. (1999). Bioetica. L'uomo esperimentale,. Milán.



- Potter Van Rensselaer. (1971). "Bioethics: Bridge to the Future, Nueva Jersey, Prentice – Hall, Inc. Englewood Cliffs.
- Reich, W. T. (1995). Encyclopedia of Bioethics. New York.
- Restrepo J., M. (1995). Comunicación para la dinámica organizacional, signo y pensamiento , (26). Universidad Javeriana.
- Solana, E. P. (22 de octubre de 2015). Bioética definición: Que es bioética, Concepto de Bioética y corrientes actuales. BioeticaWeb: <https://www.bioeticaweb.com/concepto-de-bioactica-y-corrientes-actuales/>
- Suriá, Fundación Juan Vives. (2010). Derechos Humanos: historia y conceptos básicos. Fundación Editorial el perro y la rana, Fundación Juan Vives Suriá, Defensoría del Pueblo.
- UNESCO. (2015). Manual de Bioética para periodistas.
- Velázquez, L. (2016). La necesidad de un espacio propio para la bioética en los medios de comunicación. Studia Bioethica - vol. 8.



Tiempo en pantalla destinado a la niñez en medios informativos de canales de televisión abierta, Panamá

Screen time dedicated to children on open television channels' news media, Panamá

Jaime Beitia Espinosa

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá.

jaime.beitia@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0007-7124-5637>

Recibido: 31 junio 2024

Aceptación: 20 agosto 2024

DOI

Resumen

La televisión es una de las herramientas más poderosa que influye en el comportamiento de las personas, en particular en la niñez, menores de 10 años, que no discrimina el contenido de los mensajes expresados en los anuncios comerciales, videoclips, novelas, noticiarios, entre otros. El presente estudio analiza el contenido informativo en pantalla que las cadenas de televisión abierta en Panamá dedican a la niñez. Se utilizó un estudio de campo, no experimental, transversal, cuya unidad de análisis fueron dos medios de televisión Nacional. Se utilizó una rúbrica para documentar la información en su programación noticiosa vespertina de 18:00 horas a 20:00 horas de lunes a viernes, con un total de 100 horas hombre entre el 6 de junio al 9 de julio de 2022. Los hallazgos sustentan que los canales televisivos de este estudio no dedican tiempo para contenido informativo dirigido a la niñez, en temas educativos, culturales y recreativos, por lo que deben prestar especial atención porque al observar y escuchar temas de violencia por televisión tienen más probabilidades de comportarse de forma agresiva, ya que se ha demostrado que las imágenes de violencia de las noticias repercuten negativamente en el desarrollo emocional y mental de los niños.

Palabras Clave: Comunicación Social, Educación ciudadana, flujo de noticias, investigación de la comunicación



Abstract

Television is one of the most powerful tools that influences the behavior of people, particularly children under 10 years of age, who do not discriminate the content of the messages expressed in commercials, video clips, soap operas, newscasts, among others. This study analyzes the informative content on screen that open television channels in Panama dedicate to children. A field, non-experimental, cross-sectional study was used, whose unit of analysis was two national television media. A rubric was used to document the information in their evening news programming from 6:00 pm to 8:00 pm from Monday to Friday, with a total of 100 man hours between June 6 to July 9, 2022. The findings support that the television channels in this study do not dedicate time for informative content aimed at children, in educational, cultural and recreational topics, so they should pay special attention because when watching and listening to topics of violence on television they are more likely to behave aggressively, as it has been shown that images of violence in the news have a negative impact on the emotional and mental development of children.

Keywords: Social Communication, Citizen Education, news flow, communication research, communication research

Introducción

Para comprender el fenómeno de los noticieros de la televisión panameña es básico y fundamental tomar en cuenta dinámicas específicas que van desde del equipo de producción hasta las emisiones y audiencias.

El propósito de la noticia televisada es analizar cómo se construye y transmite un mensaje a través de imágenes y sonidos, utilizando una infraestructura tecnológica. Este mensaje es interpretado por el espectador, quien lo decodifica dentro de su contexto social, cultural, económico, político, religioso, entre otros.

Actualmente, los noticieros de televisión abierta se enfocan en temas como deportes, particularmente fútbol, política, judiciales, (que incluye denuncias, demandas, abusos, saltos, violencia, crímenes, narcotráfico, conflictos y policivas)

Belsky, J. (2023). Sostiene que escuchar o ver noticias sobre eventos trágicos o violentos puede ser perturbador para los niños, especialmente para los que aprenden y piensan de manera diferente.

- El autor menciona que ciertos desafíos pueden interferir en el procesamiento de la información y las emociones. Los niños con formas de aprendizaje y pensamiento distintas pueden



experimentar dificultades para hacerlo.

- Mantener la concentración
- Retener y recordar datos
- Desviar la atención de pensamientos negativos
- Regular las emociones
- Asimilar la información con rapidez
- Comprender el significado del lenguaje
- Idear diversas soluciones ante los problemas
- Manejar el miedo y la ansiedad

Por esta razón, las noticias negativas pueden resultar especialmente distractoras para todos los niños, en particular para aquellos con dificultades de concentración. La falta de atención puede generar inconvenientes tanto en el hogar como en la escuela, ya que les impide retener información y recordar sus responsabilidades.

Estos temas abarcan la mayor parte de los noticiarios de los canales 2 y 13, dejando en segundo plano informaciones como educación, económicas, culturales, científicas y de derechos humanos, entre otras.

Por lo tanto, lo que percibe el televidente es un mundo de inseguridad, abusos y, donde el fútbol internacional y la crónica roja ocupan un lugar central en los contenidos informativos, o sea, lo que las televisoras desean que el televidente escuche y vea.

La transmisión de las noticias a través de los canales de televisión abierta incluye todas las formas de control, que pueden determinarse en su contenido, la codificación, la selección, la formación y difusión.

El editor de Informativos es la persona responsable de seleccionar las noticias que aparecen en un noticiario y las que no aparecen, aunque este término también puede referirse a las personas que suben vídeos como al responsable de los contenidos de un programa, por lo tanto, los editores informativos son los árbitros de lo que se publica, o sea, según ellos, lo que el oyente debe recibir.

The American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. (2024). considera que el ver y el escuchar sobre los eventos locales y mundiales, tales como los desastres naturales, los eventos catastróficos y los informes sobre crimen, puede hacer que los niños experimenten estrés, ansiedad y temores.

La misma organización agrega que ha habido muchos cambios en la manera en la que se informan las noticias que dan base para que aumente el potencial para que los niños experimenten efectos negativos.



De acuerdo con The American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, estos cambios abarcan lo siguiente:

- Medios de televisión e internet que transmiten noticias de forma continua las 24 horas del día.
- Canales televisivos que emiten eventos en tiempo real a medida que ocurren.
- Incremento en los reportajes que revelan detalles de la vida privada de figuras públicas y modelos a seguir.
- Competencia en la industria del entretenimiento que impulsa la rapidez en la difusión de noticias.
- Cobertura visual intensa y repetitiva de desastres naturales y actos de violencia.

A diferencia de las películas o programas de entretenimiento, las noticias presentan acontecimientos reales. No obstante, según la edad y el nivel de madurez del niño, puede resultarle difícil diferenciar entre la realidad y la ficción. Hasta aproximadamente los 7 u 8 años, es posible que perciban todo lo que ven en televisión como verdadero.

Para algunas personas, la intensidad de una noticia sensacionalista puede internalizarse y convertirse en una preocupación personal. Un niño que ve un informe sobre una bomba en un autobús o en el metro podría empezar a pensar: “¿Podría ocurrirme a mí? ¿Seré el próximo?”.

Al enfocarse en noticias violentas, los medios pueden fomentar un síndrome de "mundo peligroso" y ofrecer a los niños una visión distorsionada de la realidad del mundo y la sociedad.

El Universo. (2017). *Para aliviar los miedos de los niños sobre las noticias, los padres deben prepararse para dar lo que los psicólogos denominan “información tranquila, inequívoca pero limitada”.*

Este estudio se enfoca en las noticias relacionadas con la niñez panameña que se presentan en los noticiarios vespertinos de los canales 2 y 13, con el objetivo de analizar el tiempo de emisión, así como la calidad informativa y educativa de las noticias que transmiten ambos canales, en beneficio del público al que están dirigidas.

Por lo tanto, este trabajo surge como respuesta a interrogantes de tipo personal al ver que las empresas televisivas de canales abiertos pueden producir y difundir programas con efectos negativos para la niñez panameña, si no incluyen en sus plantillas estratégicas proyectos orientados a compensar el impacto emitidos en su programación y por sus actividades en el entorno porque en esa programación, específicamente, vespertina, no ofrecen contenidos informativos para la niñez.

Es por ello, que nos planteamos ¿Cómo se relaciona la niñez, menores de 10 años, con los informativos de televisión abierta panameña? y ¿En qué forma se cuentan los hechos en los informativos de televisión abierta y cuáles son sus dimensiones?

Robb (2017) señala que muchos niños dicen que leer o ver noticias es importante para ellos y



que se sienten más inteligentes después de hacerlo. Sin embargo, otros sienten que sus voces no están representadas en la cobertura de noticias y que las organizaciones de noticias no comprenden sus experiencias.

Rincón (2002) son muchos los vacíos metodológicos, teóricos y contextuales en las investigaciones sobre la televisión, de manera que es necesario fortalecer líneas de investigación continuas y sistemáticas sobre el tema.

El mismo autor identifica algunas tendencias en los estudios sobre televisión colombiana, encontrándose tres líneas de estudio:

- 1) Las investigaciones dirigidas al diseño de nuevos lenguajes televisivos.
- 2) Los estudios que enfatizan en el rol de la televisión como agente educativo, que se han interesado por las relaciones con el contexto escolar, la ecología y el impacto sobre el desarrollo de aprendizajes a partir de la exposición al medio.
- 3) Las investigaciones sobre tendencias de las audiencias juveniles en cuanto a rating y patrones de comportamiento asociados a la televisión.

El artículo, No. 67 (Revisado 01/02). De la Academy of Child & Adolescents Psychiatri publicado en su página Web, indica que os niños están expuestos a las noticias varias veces al día a través de distintos medios como la televisión, la radio, los periódicos, las revistas e internet. Al enterarse de acontecimientos locales y globales, como desastres naturales, eventos trágicos o reportes de delitos, pueden llegar a sentir estrés, ansiedad y miedo.

La misma organización agrega que los padres, maestros y otros adultos pueden reducir los posibles efectos negativos de las noticias acompañando a los niños mientras las ven o escuchan y conversando con ellos sobre lo que están observando. La cantidad y el tipo de noticias adecuadas para cada niño deben determinarse según su edad, madurez, nivel de desarrollo, experiencias de vida y posibles vulnerabilidades.

Por lo tanto, las televisoras con este tipo de programación, los canales de televisión abierta pueden afectar negativamente a la niñez, lo que podría categorizarse más en beneficios de ellos que en contra si dichas corporaciones, por lo que deben incluir en su parilla estratégica programas con contenidos orientados a la educación del niño, independientemente, de que la legislación vigente se lo exija o no.

Los niños suelen ser grandes consumidores de televisión, especialmente cuando no están con sus padres, ya que es el medio más accesible para su entretenimiento. A través de la pantalla, se genera una interacción que capta su atención y los mantiene ocupados.

Lo antes señalado destaca la importancia de un sistema más integrador en donde se considere



que los efectos del comportamiento de la niñez este asociado y relacionado con los mensajes que emiten los medios televisivos señalados y el entorno donde se relacionan.

Pauta (2015). La exposición cotidiana a la televisión ayuda también a construir los sistemas simbólicos de los niños los cuales organizan su manera de pensar y entender el mundo y, a su vez, se basan en los que ya están incorporados o en proceso de hacerlo. Nociones básicas como las noticias, los espectáculos, como la de diversión, se van elaborando aspectos valorativos del bien y el mal, así como otros.

El mismo autor sostiene La sociedad en su conjunto debe supervisar este proceso educativo, en el que la televisión tiene un papel cada vez más relevante, ya que el niño, aunque es un receptor activo, sigue siendo un aprendiz y es fácilmente influenciado.

Mediavilla, M. (2023). Los resultados muestran que la habilidad para leer y escribir y el aprendizaje en general empeora ligeramente cuando se pasa más tiempo frente a pantallas, que los anuncios de comida basura en los medios digitales favorecen a que los niños la consuman o que el uso de redes sociales incrementa levemente el riesgo de depresión. Había algunos efectos positivos, que más que de las propias pantallas, dependen de la utilización que se haga de ellas. Ver televisión con los padres aumentaba la capacidad de lectura y escritura y el uso de pantallas para programas educativos de realidad aumentada, tenía efectos positivos en el aprendizaje.

BBC News Mundo. (2013). Un estudio publicado hace diez años había sugerido que mirar TV durante la primera infancia puede causar problemas de atención a la edad de siete años y que, en los Estados Unidos, las directrices de pediatría recomiendan que los niños no deben ver más de dos horas al día de TV y que esos programas deben ser educativos y no violentos. (P 1)

Metodología

Se ha utilizado el método de observación para la recolección y análisis de datos cuantitativos y cualitativos que permite recopilar y medir la información de dos fuentes, canales 2 y 13, de la televisión abierta de Panamá; con la finalidad de obtener un panorama completo de la investigación y responder preguntas y evaluar resultados, donde se describe, se analiza, se interpreta un grupo de eventos vinculados a diferentes factores.

El presente estudio sobre la cobertura de las noticias referente a la niñez durante el periodo comprendido entre junio 6 y julio 8 de 2022, en el que se invirtieron 10 horas hombre por semana en cada canal de televisión para un gran total de 200 horas de trabajo de campo, a fin de poder realizar este análisis de contenido, noticieros de la televisión panameña, canales 2 y 13, en el



turno vespertino, de lunes a viernes.

El estudio permite extraer una muestra representativa real de la cobertura y difusión en las pantallas de los canales 2 y 13 de la ciudad de Panamá, en cuanto a los temas de niñez y adolescencia en cada una de las cinco semanas seleccionadas para este análisis.

Para ello se tomó en consideración la oferta presentada por las empresas televisivas en sus noticieros. Además, se examinó la forma en que es tratada una misma noticia por los canales 2 y 13.

En este estudio se utilizaron herramientas para la recolección de datos, tales como:

- Fichas de observación. Se emplean para registrar aspectos relevantes de la lectura o información clave para la investigación, anotando conceptos, ideas o fragmentos que vayan surgiendo

- Plan de análisis estadísticos. Dado a que el instrumento de recolección de datos será la observación y la encuesta, hemos optado por utilizar el programa Excel, que permitirá tabular los resultados e interpretarlos gráficamente.

Esta investigación basa sus estudios, primero, en un enfoque básico, porque está orientada en la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación, ya que recoge información de la realidad nacional con miras a enriquecer el conocimiento y, segundo, porque está orientado a describir, explicar la realidad con la cual se da la búsqueda de principios que permita recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento científico.

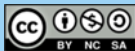
El análisis se llevó a cabo de manera exploratoria, descriptiva y asociación de variables para poder detallar a fondo las características de la dependencia entre las variables dependiente productividad, con la variable independiente comunicación.

Se aplicaron herramientas específicas de la metodología cuantitativa como el análisis de contenido, pero también herramientas provenientes de la metodología cualitativa para un trabajo de metodología mixta.

El corpus metodológico constituido por noticias acerca de un mismo tema aparecidas en informativos de los canales de la televisión panameña con mayor rating: 6 pm de Televisora Nacional, Canal 2 y Telemetro, Canal 13.

El abordaje de los contenidos de los mensajes permite identificar a través del análisis de las variables, cómo los hablantes -en este caso los periodistas- jerarquizan la información.

Según Shoemaker y Reese (1991) es importante analizar el contenido informativo que ofrece la televisión ya que se comienzan a ver patrones, los cuales pueden indicar la predilección política, las conductas que retratan los medios, las fuentes o bien patrones geográficos o demográficos.



Según los resultados de estudios sobre la creación de noticieros televisivos, Shoemaker (2) plantea que, al socializar con las normas y procesos de un medio financiado por anunciantes, el periodista tiende a creer que su trabajo contribuye a atraer a una mayor audiencia.

Por lo tanto, es importante detectar en los estudios de noticieros televisados los factores que evidencien la capacidad del equipo de producción de noticias, entre otros, para procesar la información, seleccionarla y dar prioridad a lo que puede ser realmente noticia.

Este proceso incluye seleccionar a las fuentes involucradas en el hecho, otorgar espacio y tiempo para desarrollar la nota y darle el enfoque adecuado, para luego elaborar un mensaje que sea “comprensible” para la audiencia.

Resultados

Como resultado del análisis de contenido correspondiente a la revisión teórica sobre el Tiempo en pantalla de los noticieros vespertinos de los canales 2 y 13, de la televisión abierta panameña, destinado a la niñez durante el periodo de junio 6 a julio 8 de 2022, durante cinco días, lunes a viernes, accediendo a datos en vivo y en tiempo real para seleccionar y analizar la información., primero sobre la definición conceptual de las noticias y, luego, sobre las variables.

Los medios de comunicación influyen en la niñez, debido a que pueden afectar su desarrollo y su imagen en la sociedad, dependiendo de la cantidad de tiempo que pasen frente a este dispositivo. No es lo mismo que solo vean la televisión una hora al día, a que se pasen todo el fin de semana frente a la pantalla.

Lo que está en juego es de qué forma los medios pueden afectar la manera en que la sociedad recibe los temas relativos a la niñez y cómo se colocan éstos en la agenda noticiosa.

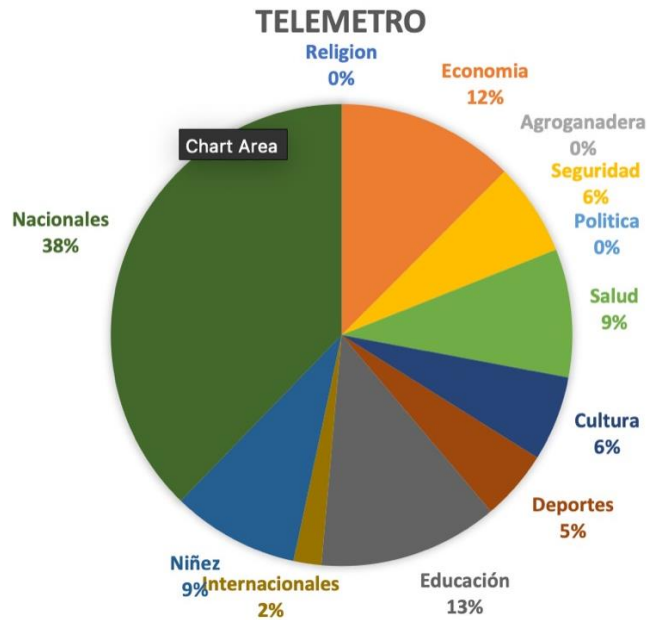
Los niños a menudo ven u oyen las noticias muchas veces al día a través de la televisión, pero es conviene exponerlos a las a temas de guerra, narcotráfico, asesinatos, delincuencia, política a esta edad, sin la participación de un adulto, por lo que ver y escuchar informativo, tales como los desastres naturales, los eventos catastróficos y los informes sobre crímenes, puede hacer que los niños experimenten estrés, ansiedad y temores.

Varios expertos en este campo sugieren que los niños menores de 8 años no deben ver noticias ni programas en los que la violencia, ya sea real o ficticia, sea habitual. A partir de esa edad, se recomienda ver siempre la televisión junto a los hijos y supervisar lo que ven hasta que sean más grandes, de modo que podamos intervenir y aclarar cualquier imagen o situación que consideremos pueda generarles dudas o influir en su pensamiento y comportamiento.



Figura 1

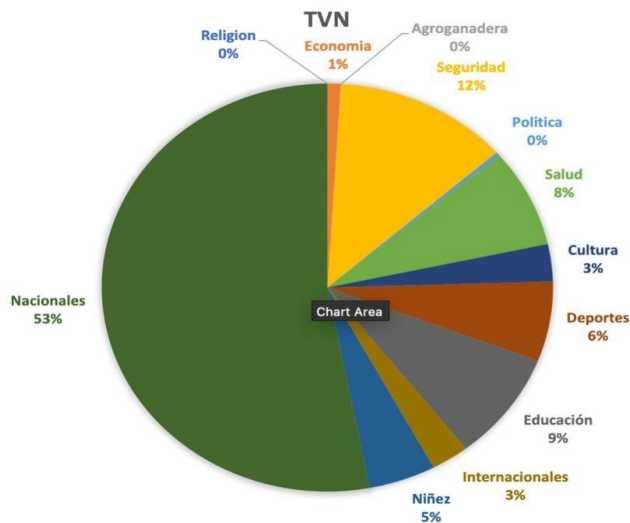
Distribución informativa por temática en Televisora Nacional TVN



Nota. El apartado de otras variables muestra una tendencia de destinar poco espacio en pantalla a temas educativos, culturales, salud y deporte

Figura 2.

Distribución informativa por temática en Telemetro, Canal 13



Nota. Se muestra una tendencia de destinar poco espacio en pantalla a temas



educativos, culturales, salud y deportes.

Conclusiones

A pesar de que son muchos los debates que surgen en foros nacionales e internacionales sobre temas relativos los efectos negativos que causa en la niñez panameña los noticieros vespertinos de la televisión panameña, son poco los esfuerzos por cambiar el rumbo de las emisiones noticiosas de la tarde, ya que siguen enfocada en dar prioridad a la violencia, la política y el narcotráfico, lo cual, puede afectar el comportamiento violento de los niños.

- Los instrumentos utilizados como la observación, se pudo conocer el tiempo en pantalla que ambas televisoras destinan en sus noticieros vespertinos, 6 de la tarde, a la niñez panameña es nulo, reflejándose en este análisis que el espacio propuesto en su programación para la niñez panameña en ambos canales de la televisión es casi nulo.
- Se evidenció, además, que hasta la fecha no vislumbran cambios en su programación y que sus actores sociales, seguirán siendo la criminalidad, política, narcotráfico, inseguridad, entre otros.
- El espacio y tiempo que un niño pasa frente al televisor es tiempo que le resta a otras actividades como el trabajo escolar, el juego, la interrelación con la familia, lectura, entre otros.
- Uno de los principales hallazgos fue la detección de que la niñez panameña están en el 0% de la totalidad de las notas analizadas en el período de estudio.
- Como los padres de los niños no siempre son un referente, es fundamental considerar en estos tipos de estudio contemplar la participación directa de los niños para obtener información sobre forma en que influye en su comportamiento la televisión panameña.
-

Referencias Bibliográficas

Aguaded G., J.I. (1995) La educación para la Comunicación. En Educación y Medios de Comunicación en el contexto Iberoamericano, Andalucía, Ediciones de la Universidad Internacional de Andalucía.

Escobar Sandoval, Marithza (2006). Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. <http://www.scielo.org.co>.

BBC News Mundo. (2013) Estudio cuestiona vínculo entre televisión y mal comportamiento infantil. Recuperado.

https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/03/130326_salud_television_videojuegos_nino



[s_gtq](#)

Belsky Gail (2023) Cómo las noticias alarmantes pueden afectar a los niños que piensan y aprenden diferente. understood.org. <https://www.understood.org/es-mx/articulos/news-stress-kids>

De la Rosa C, Hiciano E, Hernández E. Influencia de la televisión, la edad y el sexo sobre la conducta agresiva de un grupo de niños de clase media. 1980. (P 61)

El Universo (2017) Los noticieros y los niños. <https://www.eluniverso.com/vida/2017/05/31/nota/6207079/noticieros-ninos/?outputType=amp>

Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Our address: Fundación Universitaria Konrad Lorenz Revista Latinoamericana de Psicología Carrera 9 Bis No. 62-43. <https://www.google.com/search?q=Fundaci%C3%B3n+Universitaria+Konrad+Lorenz>.

Lecaros, María José y Greene, Francisca. (2012). Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción. Universidad de los Andes, Santiago, Chile. <https://www.redalyc.org/pdf/971/97124309006.pdf>

Chávez Frías, Adán (2007): La transformación del sistema educativo tiene que ver con la construcción del socialismo del siglo XXI, Caracas, diario Últimas Noticias, 29 de julio de 2007. (P 24)

Krasny Brown, L. 2006. Cómo utilizar bien los medios de comunicación. Manual para los padres y maestros.

Mediavilla Daniel (2023) Una revisión de estudios indica que los efectos del uso de pantallas en los niños y adolescentes son pequeños. Salud y Bienestar. Diario El País, España. P. 3. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2023-11-13/>

Pauta Guevara Ricardo Arturo (2015) Los niños, la influencia de la televisión y el rendimiento escolar. Universidad de San Marcos (P 28)

Papa Pintor Yamila (2023) Cómo afecta la televisión a los niños. mejorconsalud.as. (P 2) <https://mejorconsalud.as.com/como-afecta-la-television-a-los-ninos/>

Pérez Tornero, J. M. (1994). El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio. Barcelona: Paidós.

Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>.

Rincón, Omar (2002). "Televisión, video y subjetividad". Signo y Pensamiento. Pontificia Universidad Javeriana Colombia.



- Robb Michael (2017) ¿Cómo perciben los niños y adolescentes las noticias? Common Sense.
<https://www.commonsemmedia.org/es/articulos/como-perciben-los-ninos-y-adolescentes-las-noticias> (P3)
- Sanmartín, R. (2000). Los valores de los que educamos. Revista de antropología social, N° 9, 2000, pp. 105-126.
- Universidad de Costa Rica. (2010). Ver televisión puede ser beneficioso para las y los niños.
<https://www.ucr.ac.cr/noticias/2010/05/07/ver-television-puede-ser-beneficioso-para-las-y-los-niños>.
- UNICEF. Convención sobre los Derechos del Niño. (Artículos 12, 13, 16, 17, 37 y 40)
[www.unicef.org/panama/spanish/convencion\(3\).pdf](http://www.unicef.org/panama/spanish/convencion(3).pdf).



Periodismo digital aplicado a la divulgación de contenidos y actividades en centros educativos

Digital journalism applied to the dissemination of contents and activities in educational centers

Zenaida Judith Fossatti Pimentel

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá

zenaida-j.fossatti-p@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0008-6717-3930>

Recibido: 20 abril 2024

Aceptación: 31 septiembre 2024

DOI

Resumen

El periodismo Digital, posee innumerables herramientas que permiten mejorar la comunicación, aún más para un sector importante, como lo es las comunidades educativas, los sitios web son una de virtudes con las que cuenta el periodismo para su desarrollo y acercamiento en la época digital. El informar y estar informados es un derecho de todos los seres humanos, aún más de los estudiantes que son el futuro de un país. La pandemia de la COVID-19 abrió una puerta de acceso digital a las instituciones educativas, las posibilidades de mejorar son infinitas y la creación de un sitio web puede ayudar a optimizar la educación y comunicación con la comunidad educativa. Vincular a los docentes, estudiantes y padres de familia a herramientas digitales que nunca habían utilizado para mantener una comunicación más factible, cuando la presencialidad estaba limitada. La pandemia nos dejó en claro la importancia de que los docentes estén actualizados y dominen todos los temas tecnológicos para adaptarse a las Tics y así mejorar la calidad de la educación en Panamá.

Palabras Clave: Periodismo, comunicación social, pandemia, educación, establecimientos de enseñanza



Abstract

Digital Journalism has countless tools that allow to improve communication, even more for an important sector, such as educational communities, websites are one of the virtues that journalism has for its development and approach in the digital era. To inform and be informed is a right of all human beings, even more of students who are the future of a country. The COVID-19 pandemic opened a door of digital access to educational institutions, the possibilities for improvement are endless and the creation of a website can help to optimize education and communication with the educational community. Linking teachers, students and parents to digital tools that they had never used to maintain a more feasible communication, when face-to-face was limited. The Pandemic made clear the importance for teachers to be updated and master all technological issues to adapt to ict and thus improve the quality of education in Panama.

Keywords: Journalism, social communication, pandemic, education, educational institutions

Introducción

Dado el avance tecnológico actual y la enorme cantidad de información generada diariamente, resulta imposible procesarla y conocerla en su totalidad. Por ello, es fundamental desarrollar la capacidad de seleccionar la información más adecuada y pertinente según los objetivos que se persigan. Las tecnologías han incorporado nuevos lenguajes de comunicación que cada vez tienen mayor presencia en la vida cotidiana, influyendo tanto en el entretenimiento como en la educación. Para reducir la brecha entre la realidad dentro y fuera de los centros educativos, es esencial integrar estas nuevas formas de comunicación en sus espacios, compartir símbolos, medios y recursos.

En este sentido, se destaca la necesidad de que los centros educativos cuenten con sitios web, con el propósito de mejorar los sistemas de comunicación y fomentar una cultura de la información.

Un claro ejemplo de que los centros educativos deben contar con sitio web es la pandemia de COVID-19, la comunicación entre la comunidad educativa presentó dificultades, existiendo un sitio web la comunicación mejora.

Al abrir una puerta de acceso digital a la institución educativa las posibilidades de mejorar son infinitas y la creación de un sitio web puede ayudar a optimizar la educación y comunicación con la comunidad educativa.

Las herramientas digitales deben ser aprovechadas como aliadas en la comunicación. En este contexto, resulta fundamental diseñar una propuesta para el desarrollo de una página web en la



escuela Lucas Bárcenas, con el objetivo de mejorar los sistemas de comunicación y fortalecer la cultura de la información y comunicación dentro de la comunidad educativa.

El diseño de un espacio en la Web, que partiendo de las necesidades de la comunidad educativa de la escuela Lucas Bárcenas, es un incentivo para empezar a reducir la brecha tecnológica en la institución, proporcionando un soporte informático y fomentando la creación de un espacio necesario para optimizar los canales de comunicación y, en última instancia, potenciar la educación.

Son muy pocos los centros educativos oficiales que cuentan con un sitio web, cuartando así el derecho a la educación actualizada, también en el conocimiento de las nuevas tecnologías de la comunicación digital.

Un claro ejemplo de que los centros educativos sin importar si son oficiales o privados deben contar con sitio web, debido a la pandemia la comunicación entre la comunidad educativa presentaba dificultades, existiendo un sitio web la comunicación mejora.

Al abrir una puerta de acceso digital a la institución educativa las posibilidades de mejorar son infinitas y la creación de un sitio web puede ayudar a optimizar la educación y comunicación con la comunidad educativa.

Ya que el plantel cuenta con una gran población debe actualizarse y mantenerse acorde con las nuevas formas de informar y educar a la comunidad educativa y así establecer una relación más estrecha con la educación.

Un claro ejemplo de la necesidad de un sitio web, el cierre de las escuelas por motivos de la pandemia de covid-19, así la comunicación entre educadores, estudiante y administrativos se hubiera facilitado y en gran medida la educación no se habría detenido.

El sitio web permitirá darse a conocer al centro educativo, sino también en gran escala divulgar información y sus actividades. Ser un centro educativo del sector oficial innovador en el área de la comunicación.

También abrirá las puertas a las actualizaciones en nuevas tecnologías educativas y de la comunicación digital, además estrecha la brecha de la desigualdad de educación. Permiéndole a estudiantes de diversas etnias y estatus económicos una escolarización actualizada en el área digital.

UNICEF Panamá. (2019). *Derecho a la educación*. La UNICEF establece que es de manera obligatoria que se asegure el derecho a la educación de los niños. Pactados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, del 2030.



A pesar de haber logrado hitos importantes en cuanto al desarrollo de la educación en Panamá, como la alfabetización y la tasa de cobertura de primaria casi total, Panamá continúa enfrentando una crisis en cuanto a cobertura en la educación Premedia, que sólo alcanza a aproximadamente el 70% de los jóvenes, y la educación media al 50% de los jóvenes.

Materiales y Métodos

Esta es una investigación de campo, tipo exploratoria, se realiza después de pandemia en un momento donde el mundo se vio obligado adaptarse a la tecnología para comunicarse y que actividades fundamentales no se detuvieran, como lo es la educación. Lo permite lograr el acercamiento a un estudio científico, a la vez no existe suficientes antecedentes de este, también lleva a dar una visión general de la realidad del problema y permitirnos crear una familiaridad con el mismo.

Para este estudio se escogió un plantel en el distrito de Arraiján corregimiento de Burunga del sector oficial de nivel básica general donde escogimos donde realizamos encuestas como método para recolectar la información donde 20 docentes fueron contactados para responder las preguntas.

Entra las técnicas que utilizamos en el estudio fue la observación, ya que percibimos la realidad que enfrenta el centro educativo con la falta de un sitio web para divulgar acciones informativas permanentes que a diario se generan en esta institución. Además, estaremos realizando un seguimiento para ver el desarrollo de nuestra propuesta.

El instrumento para la recolección de datos estará aplicado en una encuesta con un máximo de 10 preguntas cerradas. Igualmente aplicaremos el otro instrumento que será las entrevistas a profundidad administrativos y docentes para saber porque no había surgido un proyecto como este.

La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario digital: “es un instrumento concreto de recolección y puede ser administrado sin que necesariamente medie una entrevista”. Las preguntas utilizadas serán cerradas en su gran mayoría para que tengan

La oportunidad de seleccionar entre un conjunto limitado de respuestas y, al mismo tiempo, expresar su opinión sobre otras alternativas.

Morejón Vallejo, R., & Zamora Pérez, B. (2019). El periodismo digital está transformando las formas de producción y difusión de contenidos, incluso sus narrativas y ejes temáticos. Se puede ver un cambio y un aumento considerables de medios nativos digitales. Estos también desaparecen por múltiples razones. Los que siguen vigentes apuestan por nuevas narrativas y el uso frecuente de las redes sociales para que los usuarios puedan conocer más sobre sus formas



de difusión.

Resultados y Discusión

Un claro ejemplo de la necesidad de un sitio web, el cierre de las escuelas por motivos de la pandemia de covid-19, así la comunicación entre educadores, estudiante y administrativos se hubiera facilitado y en gran medida la educación no se habría detenido.

El sitio web permitirá darse a conocer al centro educativo, sino también en gran escala divulgar información y sus actividades. Ser un centro educativo del sector oficial innovador en el área de la comunicación.

También abrirá las puertas a las actualizaciones en nuevas tecnologías educativas y de la comunicación digital, además estrecha la brecha de la desigualdad de educación. Permitiéndole a estudiantes de diversas etnias y estatus económicos una escolarización actualizada en el área digital.

Entre esas dificultades que enfrentan los estudiantes son una alimentación adecuada, temas socioculturales, la diferencia entre la lengua materna y el idioma de enseñanza, las infraestructuras, a esto se le suma el acceso a servicios básicos, transporte, la dificultad a servicios de internet. No podemos obviar las faltas de estrategia para evitar la deserción (INEC, 2018).

El país no cuenta con información precisa de cuántos niños y niñas están matriculados en centros de desarrollo infantil particulares, cuántos niños, niñas y adolescentes están fuera de la escuela y qué factores están propiciando la exclusión educativa. El Ministerio de Educación (MEDUCA) no cuenta con

políticas nacionales de búsqueda activa de niños que están fuera de la escuela, o estrategias para reducir el riesgo de exclusión. Los retos son amplios.

Actualmente son muy pocos los centros educativos oficiales que cuentan con una estrategia de divulgación de su información, actividades que realizan y servicios con los que cuentan.

Las infraestructuras educativas son un factor clave en los indicadores de calidad. Sin embargo, la mayoría de las escuelas de la región carecen de acceso a banda ancha, especialmente aquellas ubicadas en zonas rurales. Incluso en los centros que cuentan con servicio de internet, las conexiones suelen ser de baja velocidad y pocas disponen de la infraestructura necesaria para extender la conectividad a las aulas, lo que es un requisito esencial para el aprovechamiento



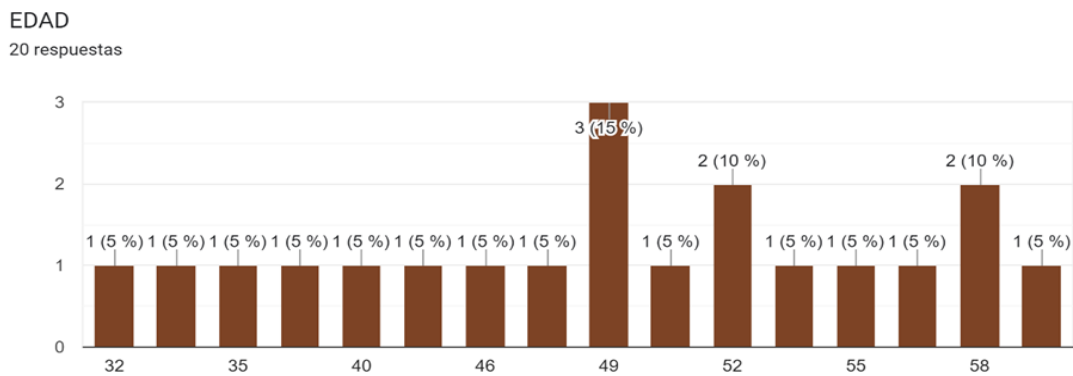
efectivo de las plataformas tecnológicas en el sistema educativo.

Esta situación pone de manifiesto la importancia de fomentar un uso más eficiente y productivo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el ámbito educativo. Para que estas herramientas tengan un impacto significativo en el aprendizaje, es fundamental capacitar adecuadamente a docentes y directivos, permitiéndoles liderar la integración de las TIC en las aulas de manera que contribuyan a mejorar los procesos de enseñanza y el desarrollo de los habitantes.

Los resultados obtenidos a través de las encuestas o cuestionario digital se analizarán y los mismos se ingresarán los datos obtenidos a través de estadísticas básicas que luego se reflejarán en la figura 1

Figura 1.

Edad Cronológica de los encuestados



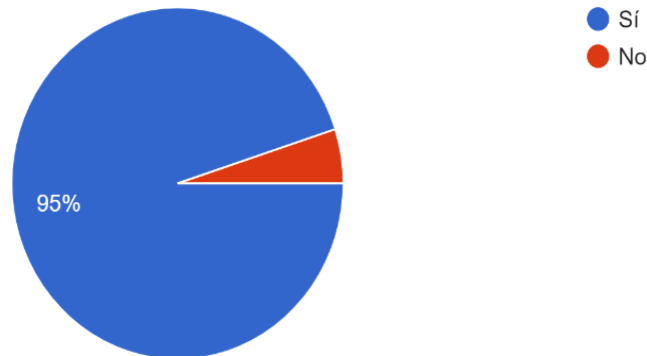
La mayoría de los encuestados, poseen edades entre 49 a 60 años. Siendo una generación de personas con muy poco dominio de las innovaciones tecnológicas.

Se sabe que la mayoría de los usuarios de computadoras e Internet tiene entre 6 y 20 años y ha crecido en la era de las telecomunicaciones. En contraste, las personas mayores de 60 años representan una minoría en el uso de estas tecnologías; Sin embargo, su presencia está en



aumento. Esto contribuye a romper estereotipos sobre este grupo etario, evidenciando su capacidad para seguir aprendiendo.

Figura 2



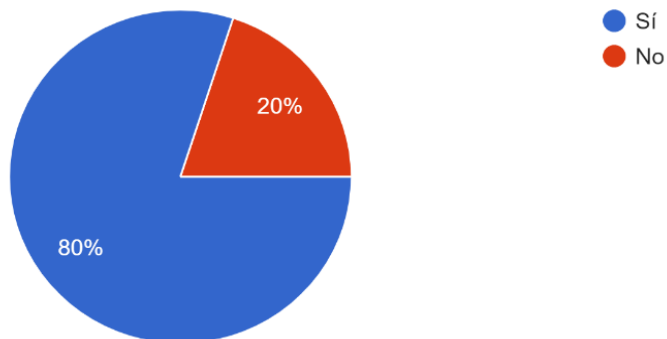
Reconocimiento de sitios Web

De los 20 docentes encuestados, el 95 % conoce lo que es un sitio web, por lo que un 5 % respondió que no conoce o no sabe los que es el sitio web.

Teniendo así una minoría de docentes con desconocimiento del tema, para dicho proyecto.

Figura 3

Nivel de conocimiento de información publicable en sitios Web



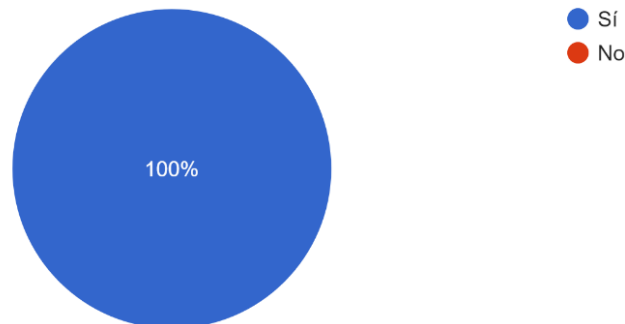
En la Figura 3, el 80%, de los encuestados consideran que conocen que informaciones se pueden publicar en un sitio web, y de hecho, hay algunos que han publicado en ellos, mientras un



20 % no sabe cuál información se puede publicar.

Figura 4

Creencias sobre beneficios educativos de uso de sitios Web

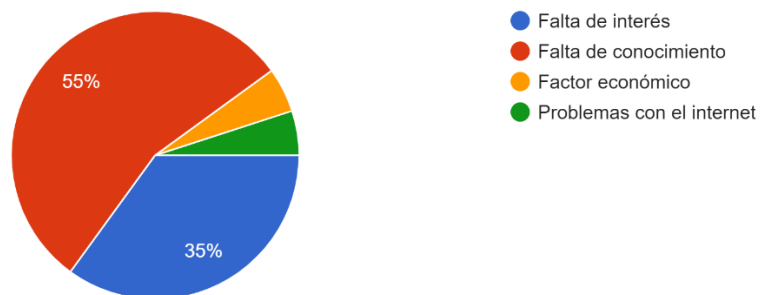


El 100% de los encuestados, correspondiente a 20 docentes, contestan que sería beneficioso que el centro educativo Lucas Bárcenas cuente con un sitio web.

Un método que hoy en día no solo es más cómodo y rápido, sino que se ha convertido en una de las maneras más directas de conseguir información y de recibirla. Beneficiando de esta manera a toda la comunidad educativa.

Figura 5.

Interès por creación de sitio Web escolar



El 55 % de las personas encuestadas contestó que en la entidad educativa no se ha creado un sitio web debido a la falta de conocimiento que implica la implementación de este sitio.

Un 35% aduce que no ha realizado por falta de interés de las autoridades del plantel.

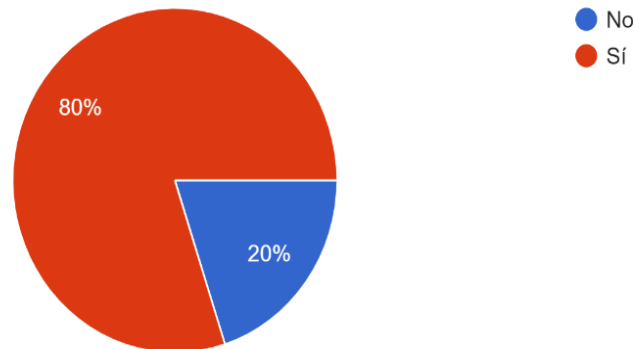
Mientras que el 10% restante afirma que no se ha hecho debido a factores como dificultades con



el internet y la economía del plantel.

Figura 6

Beneficios del Sitio Web escolar y la Comunicación Social en comunidades educativas



El 80% de los docentes afirman que un sitio web, si mejora la comunicación entre la comunidad educativa de la escuela Lucas Bárcenas, pero un 20 % afirma que esto no sería beneficioso para la comunicación.

Con esto se reafirma la negación de ese 20% de los docentes al proyecto del sitio web, esto debido a la falta de conocimiento del tema, beneficios que traería a la comunicación del plantel.

La tecnología está en pleno crecimiento y tiene un impacto significativo en los jóvenes de la actualidad, quienes permanecen conectados al mundo digital mediante redes sociales y diversas plataformas donde comparten información relevante para ellos. En este contexto de transformación, la educación también evoluciona, lo que exige a los docentes adaptarse continuamente, desarrollar contenidos y estrategias innovadoras que motiven a los estudiantes y les permitan potenciar sus conocimientos.

La escuela Lucas Bárcenas, debe utilizar los diversos medios que proporcionan las Tics para mejorar el desarrollo de sus actividades y que esto se vea reflejado en el aumento del desarrollo académico de los estudiantes, creando contextos y ámbitos diferentes en las clases y las actividades propuestas que motiven a los estudiantes para que sean creadores y formadores de su propio proceso educativo.

El diseño de una página Web en La Institución Educativa, es muy importante, porque a través de esta, se puede mantener una comunicación continua y permanente con docentes, estudiantes y



comunidad en general.

Para los estudiantes es una herramienta que le permite recibir información de actividades de manera interactiva y creativa a través de videos, blogs, infografías, mapas, etc., lo cual a su vez le motiva para realizar el correcto desarrollo de estas, logrando un aprendizaje significativo en el proceso de enseñanza aprendizaje y una comunicación digital innovadora.

Esta página web intenta avivar el interés y la motivación del estudiante para el desarrollo de sus habilidades tanto cognitivas como sociales apoyadas en las TICS donde se valore el análisis, la reflexión, el trabajo en equipo y el desarrollo de la tecnología en el campo educativo.

Para los docentes se les facilitará el desarrollo de los contenidos de su carga académica por medio de nuevas herramientas que le permitan crear un proceso de enseñanza aprendizaje y comunicación de manera creativa y practica a través de la interacción con la tecnología, donde se apropie de los recursos y cree nuevas experiencias que potencien el trabajo de los estudiantes.

La puesta en marcha de un Sitio Web permitiría solucionar la problemática de la falta de información oportuna para la ciudadanía, estudiantes y docentes, ofreciendo un servicio más accesible, eficiente y ágil. Además, brindaría la ventaja de poder acceder a la información.

La evaluación del cumplimiento de los objetivos establecidos tras la implementación del Sitio Web se llevará lo siguiente:

- Recolección de datos
- Análisis del desempeño durante los primeros días de funcionamiento.
- Uso de herramientas de evaluación, como entrevistas, encuestas
- Recolección de información para la alimentación del Sitio se realizará ingreso de todos los datos necesarios para el funcionamiento del 100% del Sitio, para lo cual se necesitará la ayuda del personal y directivos de la escuela Lucas Bárcenas.

Esta información se dividirá en los siguientes aspectos:

- Registro de datos personales de docentes, estudiantes
- Creación de actividades
- Carga de archivos de diversa información
- Inclusión de comentarios de los usuarios



Evaluación en las primeras etapas de implementación del Sitio

Durante las dos primeras semanas de funcionamiento, se llevará a cabo un seguimiento para identificar posibles fallas y oportunidades de mejora. Esto permitirá garantizar que el Sitio Web sea completamente confiable.

Conclusiones

El empleo de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el ámbito escolar es hoy en día un tema central de interés y análisis para numerosos investigadores. Los hallazgos obtenidos hasta ahora resaltan la relevancia de un uso equilibrado de la tecnología.

La integración de las tecnologías de la información y comunicación aporta diversas perspectivas al proceso de aprendizaje. Asegurar que esta integración sea de alta calidad representa un desafío, dado el carácter multidimensional que implica la calidad.

Al alcanzar los objetivos establecidos al inicio de la investigación, se concluye que la ejecución de proyectos de esta naturaleza exige la colaboración conjunta de especialistas en el ámbito educativo y tecnológico. La integración de sus conocimientos y experiencias

En conclusión, esta investigación logró su objetivo principal, que consistió en diseñar una propuesta de sitio web para la escuela Lucas Bárcenas ubicado en Arraiján, corregimiento de Burunga; que funcionará como un recurso de apoyo, fortaleciendo la labor pedagógica y, como en la comunicación de la comunidad educativa.

Referencias Bibliográficas

Campos, B. G. (2018). Estudio exploratorio de la calidad en el periodismo digital. *Dialnet*, 173-189.

Latina, B. d. (31 de mayo de 2022). CAF. Obtenido de CAF: <https://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2017/07/la-necesidad-de-llevar-el-internet-a-las-aulas/>

Moran, J. F. (2019). La relación docente- alumno como variable mediadora del aprendizaje. *San Gregorio*, 13.

Morejón Vallejo, R. &. (2019). Historia, evolución y desafíos del periodismo digital en el Ecuador. *Textos y Contextos*, 18.



Moreno Espinosa, P. (2018). El periodismo digital, paradigma del nuevo panorama interactivo. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*, 19.

Ocampo, M. C. (2019). Visibilidad de la co-innovación en sitios Web de América Latina. *Redalyc.org*, 41.

Panamá, C. d. (Enero de 2019). *Unachi*. Obtenido de Unachi: http://www.unachi.ac.pa/assets/descargas/vic_academica/constitucion_tit3_cap5.pdf

Saltos, E. R. (2020). Importancia de la empatía docente-estudiante como estrategia para el desarrollo académico. *Dominio de las Ciencias*, 50.

Schmidt, J. (febrero de 2018). *Boxlight Latinoamérica*. Obtenido de Boxlight Latinoamérica: <https://lablog.boxlight.com/blog/10-tips-para-el-sitio-web-de-su-colegio>

SENACYT. (JUNIO de 2019). *SENACYT*. Obtenido de SENACYT: <https://www.senacyt.gob.pa/publicaciones/wp-content/uploads/2019/06/Pol%C3%ADticas-Educativas.pdf>



Empleo de tecnología y redes sociales en oficinas de relaciones públicas del sector público panameño.

Use of technology and social networks in public relations offices of the panamanian public sector

Enereida G. de De La Cruz

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá
enereyda.delacruz@up.ac.pa <https://orcid.org/0000-0002-8357-7707>

Recibido: 31 mayo 2024

Aceptación: 20 septiembre 2024

DOI

Resumen

El objetivo de este artículo es conocer el uso y la manera en que las oficinas de Relaciones Públicas y comunicación del Sector Público Panameño están utilizando la tecnología y las redes sociales. Para ello se realizó una encuesta a una muestra de 23 Instituciones del Sector Público. La muestra se obtuvo utilizando el criterio no probabilístico o de conveniencia¹. El formulario fue diseñado y remitido online, a través de Google Forms de Google Drive y constó de 7 preguntas cerradas, 3 mixtas y 4 abiertas. La misma fue aplicada del 16 al 30 de marzo de 2024. La consulta realizada evidenció que la totalidad de las instituciones encuestadas utilizan las redes sociales más populares y comúnmente utilizadas, además con una satisfactoria frecuencia de actualización. De igual forma las instituciones participantes en la muestra manifestaron contar con una buena percepción con respecto a la utilización de las redes sociales y herramientas tecnológicas. Destacaron tener algunos desafíos como es el caso de no contar con el presupuesto, las herramientas y el personal necesario para un desempeño ideal. La investigación resaltó un nivel apropiado de adaptación de las instituciones investigadas a los cambios tecnológicos y el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas en su beneficio. A pesar de ello, se evidenciaron algunos aspectos en los que es necesario trabajar para que dichas oficinas enfrenten con eficiencia los nuevos retos de la era digital. Entre estos retos se destaca la necesidad de trabajar en procedimientos y manuales de manejo de crisis reputacional.

¹ El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador.



Palabras Clave: Periodismo, competencias, digitalización, redes sociales, sector público

Abstract

The objective of this article is to know the use and way in which the Public Relations and communication offices of the Panamanian Public Sector are using technology and social networks. For this purpose, a survey was carried out on a sample of 23 Public Sector Institutions. The sample was obtained using the non-probabilistic or convenience criterion. The form was designed and submitted online, through Google Forms from Google Drive and consisted of 7 closed questions, 3 mixed questions and 4 open questions. It was applied from March 16 to 30, 2024. The consultation carried out showed that all of the institutions surveyed use the most popular and commonly used social networks, also with a satisfactory update frequency. Likewise, the institutions participating in the sample stated that they have a good perception regarding the use of social networks and technological tools. They highlighted having some challenges such as not having the budget, tools and personnel necessary for ideal performance. The research highlighted an appropriate level of adaptation of the investigated institutions to technological changes and the use of technological tools to their benefit. Despite this, some aspects were evident that need to be worked on so that these offices can efficiently face the new challenges of the digital age. Among these challenges, the need to work on reputational crisis management procedures and manuals stands out.

Keywords: Journalism, skills, digitization, social networks, public sector

Introducción

La tecnología en general y las redes sociales en particular son parte del quehacer cotidiano de la vida de los ciudadanos, y se convierte en una oportunidad para que las instituciones gubernamentales las utilicen como medios para interactuar con el público. Esto representa un reto para dichas instituciones y su uso un paradigma para el resto de las instituciones ya sean del ámbito público o privado.

Hay quien data el origen de las redes sociales en la comunidad denominada The Well, creada en 1985 (Escobar, 2009), o en la red social SixDegrees.com, creada en el 1997 (Calvachi, 2009), que justo con AsianAvenue, Black-planet y MiGente de 1997 a 2001, permitían a los usuarios crear relaciones personales profesionales.

El desarrollo de la tecnología ya a principio del nuevo siglo posibilitará la creación



de las redes social tal y como las conocemos ahora (Escobar, 2009) siendo 2006 un hito en la interactividad *online*, con la focalización del protagonismo en el usuario.

En el siglo veintiuno el mundo avanza a gran velocidad, el internet está cambiando la forma en que todos están conectados, la implementación de la tecnología en todos los campos utilizados por el hombre lo lleva a un constante crecimiento empresarial y personal, pero esto conlleva a un cambio organizacional donde se pasará de pensar en una gestión con calidad a ser una gestión inteligente. (Marulanda López, 2018) .

La Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC), que han dado forma a lo que hoy designamos como Revolución Digital (Linares, 2018), ha revolucionado a la historia de la humanidad en las últimas cuatro décadas, gracias a la influencia, magnitud y rapidez de su implementación.

El alcance de las redes sociales es ciclópeo y no puede desaprovecharse. Las administraciones y los representantes políticos deben dejar de lado las aprensiones y hacer uso de estas herramientas no sólo para mejorar la información y la comunicación con los ciudadanos, sino especialmente para crear nuevos canales de deliberación y participación.

Por otra parte, es necesario que el acceso y el uso de las nuevas tecnologías se conviertan en derechos de toda persona y que los gobiernos apliquen el principio de solidaridad para garantizar este derecho como un servicio público universal, accesible, de calidad y económico (Durán Ruiz, 2009) Las nuevas tecnologías suponen una nueva ola de innovación tecnológica, que ha llegado también a la esfera pública. Las nuevas generaciones tecnológicas emergentes a partir del uso de los medios sociales son esenciales para comprender el nuevo papel de esta tecnología en la administración pública (Criado Grande, 2013) .

(Cuenca-Fontbona, 2020) al citar a (Gordon, 2011), señalan que la Public Relations Consultant's Association y el Chartered Institute of Public Relations ya habían observado signos de la transición digital en el campo de las relaciones públicas. Como respuesta, en 1999, establecieron la Internet Commission para examinar la influencia de la digitalización en esta profesión.

La interactividad que proporciona Internet es especialmente relevante para las



relaciones públicas porque estimula el diálogo, es decir, la comunicación simétrica bidireccional propugnada por James Grunig en 1984, logrando una mejora en las relaciones con los públicos gracias al mejor uso, por ejemplo, del sitio web de una organización (Len-Ríos, 2001); (Castillo-Esparcia A., 2017)

En los últimos años, la integración de Internet en las entidades públicas ha iniciado un proceso de transformación orientado a optimizar los servicios proporcionados a los ciudadanos y a crear nuevos medios que faciliten la comunicación institucional. En este marco, las redes sociales han incrementado significativamente las oportunidades de interacción con los ciudadanos.

(Grunig, 2009) El autor mantiene que el impacto de la sociedad virtual y los nuevos desafíos que ello implica para las relaciones públicas no modifican en sí mismo el paradigma de excelencia propuesto en la década pasada por él mismo y otros autores norteamericanos, según él las relaciones públicas son una función del management de las empresas y no meramente una fábrica de información de prensa.

Enfáticamente, (Grunig, 2009) afirma que "una organización y sus públicos" no son distintos de las "redes sociales mediadas por Internet". En lugar de ello, en el modelo actual debemos considerar que la instituciones y sus públicos están alojados en las redes sociales digitales y por ello la función primordial de las relaciones públicas sigue siendo la misma que antaño: "mediar las relaciones de la organización con sus públicos".

En la actualidad es vital que las instituciones establezcan una comunicación bidireccional con sus partes interesadas (stakeholders), lo que significa aprender a escuchar activamente en lugar de simplemente transmitir mensajes. Del mismo modo, los expertos en relaciones públicas deben adquirir la habilidad de "compartir" el diálogo en lugar de imponerlo. Esto implica que las respuestas recibidas por las organizaciones a través de las redes sociales no solo deberían influir en su discurso, sino también en sus políticas y acciones, generando así cambios o adaptaciones.

En base a las premisas precedentes se concibe el objetivo de la presente investigación, el cual gira en torno a conocer el nivel de empleo de tecnologías y redes sociales en oficinas de Relaciones Públicas y Comunicación del sector



público panameño.

Métodos empleades

En función del propósito de la presente investigación, la cual gira en torno a un diagnóstico sobre el uso de las herramientas tecnológicas en las oficinas de Relaciones Públicas y comunicación del Sector Público de Panamá, se procedió a la aplicación de una encuesta sobre una muestra representativa de la unidad de análisis descrita. Previo al diseño final de los formularios, para efectos de control, se remitió una prueba piloto de veinte (20) preguntas a un grupo de profesionales conocedores del tema de investigación, para que las mismas fueran validadas en cuanto a forma y contenido. Ello permitió realizar una serie de ajustes al formulario, el cual fue diseñado utilizando la herramienta, Google Forms de Google Drive.

Para los propósitos de la selección de la muestra se utilizó el criterio no probabilístico o de conveniencia, “El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador.” (Hernández S., 2014). Dentro de este marco la misma estuvo conformada por las oficinas de Relaciones Públicas y Comunicación con las que estaban relacionados profesionales de las Relaciones Públicas pertenecientes a APREPPA² (APREPPA, 2017), Esto brindó un alto grado de seguridad de que serían atendidas y además por profesionales idóneos, que en su mayoría estaban a cargo de dichas oficinas, lo cual cobra significado ante el hecho de que la calidad de los datos se consideró más importante que la cantidad.

Lo anterior significó una muestra de veintitrés (23) instituciones, que representó un veintisiete por ciento (27%) del universo total, conformado por las ochenta y cinco (85) instituciones del Sector Público, excluyendo para efectos prácticos a los Municipios, Juntas Comunales y Gobernaciones. El cuestionario constó de siete (7) preguntas cerradas, tres (3) mixtas y cuatro (4) abiertas.

Dado los objetivos del estudio y que se trata de una población con un relativo grado

² Asociación de Profesionales de Relaciones Públicas de Panamá, APREPPA, es una organización puramente civil sin fines de lucro, constituida por profesionales del área de las Relaciones Públicas en el ámbito nacional.



de homogeneidad, es decir con una baja variabilidad, el porcentaje del universo escrutado se consideró representativo.

Las solicitudes de apoyo relacionada con la investigación fueron enviadas por correo electrónico a las instituciones seleccionadas, en el marco de los métodos de administración a distancia, acompañada de una presentación del tema, una breve descripción del objetivo de la investigación, las instrucciones y el enlace que daba acceso al cuestionario en Google Drive. La encuesta fue aplicada en dos semanas consecutivas, en un periodo comprendido entre el 16 al 30 de marzo de 2024.

Las premisas precedentes dan pie a la pregunta de investigación **¿Las oficinas de relaciones pública y comunicación del sector público panameño utilizan las nuevas tecnologías y las redes sociales?**

Resultados y Discusión

Los resultados derivados de la consulta sobre las redes utilizadas, reveló que la totalidad de las oficinas de Relaciones Públicas y Comunicación de las instituciones que formaron parte de la muestra, utilizan las redes sociales de uso común para los fines de comunicación con el público, tal como se ilustra en la tabla 1.

Tabla 1

¿Qué redes sociales utiliza su departamento de relaciones públicas para comunicarse con el público?

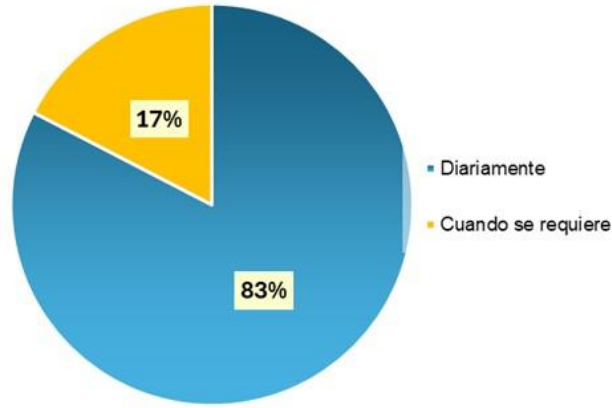
REDES SOCIALES	CANTIDAD	%
Facebook		
Twitter		
LinkedIn		
Instagram		
YouTube		
Whatsapp		
Todas la anteriores	23	100.0
TOTAL	23	100.0

Fuente: Encuestas

La frecuencia de actualización es diaria para 19 de las 23 instituciones escrutadas, lo que representa un 83% del total y el resto 17% lo hace cuando se requiere. Ver Figura

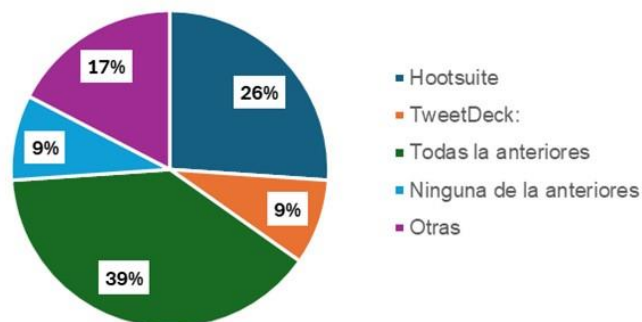


Figura 1
Frecuencia con que se actualiza la información



Tal como se ilustra en la figura 2, predomina en la muestra seleccionada la utilización de todas las herramientas enunciadas, que a su vez constituyen las herramientas tecnológicas de mayor uso en diferentes ámbitos. No obstante, 6 instituciones señalaron utilizar solamente la herramienta Hootsuite, 2 manifestaron gestionar las publicaciones en forma manual y 4 o sea el 17%, indicó que utilizaban otras herramientas tales como el programa Excel. Cabe destacar que Hootsuite es una plataforma de gestión de redes sociales que permite programar publicaciones, monitorear menciones de marca, analizar el rendimiento y colaborar en equipos.

Figura 2
Herramientas de gestión de redes utilizadas



Cabe destacar que, de las 23 instituciones investigadas, 20 manifestaron que



emitían informes al despacho superior sobre el monitoreo de las redes sociales, mientras que 3 señalaron que no emitían ningún tipo de informes al respecto.

En cuanto a las estrategias implementadas, se colige que la estrategia más popular es la “creación de contenido de calidad”, utilizada por el 56% de los encuestados si se consideran a los que manifestaron utilizar todas las estrategias y a aquellos que la utilizan exclusivamente. Se considera significativo el hecho que ninguna de las instituciones utiliza estrategias de gestión de crisis ni seguimiento y evaluación. Ver Tabla 2.

Tabla 2

¿Han implementado alguna de la siguiente estrategia de relaciones públicas en redes sociales? Marcar las estrategias utilizadas

ESTRATEGIAS DE RRPP	CANTIDAD	%
Creación de Contenido de Calidad	12	52.2
Interacción y Participación	1	4.3
Generación de Contenido de Usuario	1	4.3
Gestión de Crisis	0	0.0
Transparencia y Autenticidad	2	8.7
Seguimiento y Evaluación	0	0.0
Colaboración con Influencers	1	4.3
Todas las anteriores	6	26.1
TOTAL	23	100.0

Fuente: Encuestas

Al inquirir sobre el tipo de contenido compartido en redes sociales, se pudo conocer que dicho contenido guardaba relación con la naturaleza de la institución y sus objetivos. No obstante, se destacan elementos comunes como es el caso de contenidos informativos y de orientación al público, actividades realizadas, de naturaleza institucional; y de orden interno.

De acuerdo con la Tabla 3, un poco más de la mitad de las instituciones, o sea 12 de las 23 indagadas, han experimentado con nuevas plataformas o tecnología emergentes en cuanto a redes sociales, lo cual es significativo. De igual forma, casi la totalidad considera que las redes sociales son efectivas para alcanzar los objetivos de RRPP. Ver Tabla 3 y Tabla 4.



Tabla 3

¿Han experimentado con nuevas plataformas o tecnologías emergentes en redes sociales?

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	12	52.2
NO	11	47.8
TOTAL	23	100.0

Fuente: Encuestas

Tabla 4

¿Consideran que las redes sociales son efectivas para alcanzar los objetivos de relaciones públicas de su institución?

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	22	95.7
NO	1	4.3
TOTAL	23	100.0

Fuente: Encuestas

Al ser consultados sobre la manera en que eran medidos los resultados de campañas y actividades en redes sociales, 3 de las instituciones que formaron parte de la muestra manifestaron no realizar ningún tipo de medición, mientras que las 20 restantes destacaron estrategias de medición como: Métricas derivadas de la propias redes o App's utilizadas, como es el caso de Likes o comentarios; mediciones a través de empresas independientes especializadas en el monitoreo de redes; mediante informes diarios o semanales de respuestas y mediante indicadores y métricas utilizadas en campañas de Relaciones Públicas (KPI) ³, tales como: Indicadores de cobertura mediática, alcance del mensaje, participación del público, número de seguidores, entre otros.

Para medir el éxito de una campaña de relaciones públicas y las actividades en redes sociales, es fundamental establecer objetivos claros y seleccionar métricas relevantes que estén alineadas con esos objetivos.

Con respecto a los principales desafíos que enfrentan al utilizar medios

³ Un KPI, sigla que proviene de la frase en inglés key performance indicator (indicador clave de rendimiento), es una métrica cuantitativa que muestra cómo una organización progresa hacia sus objetivos más importantes.



tecnológicos o redes sociales, 4 instituciones manifestaron no tener desafíos de importancia, mientras que el resto enumeró una serie de desafíos dentro de los que se destacan: Obtener respuestas oportunas de los usuarios; contar con las herramientas tecnológicas necesarias, tales como programas y equipo; falta de personal y capacitación; falta de presupuesto; que el mensaje llegue a la audiencia meta con efectividad; mala percepción de la imagen de la institución por fake news y amenaza de hackers.

Tabla 5

¿Cómo considera las experiencias y percepciones del Área de Relaciones Públicas con respecto al uso de medios tecnológicos y redes sociales? Responder en caso de que aplique

OPCIONES	CANTIDAD	%
Muy Satisfactorias	19	82.6
Satisfactorias	4	17.4
Poco	0	0.0
No se conoce	0	0.0
TOTAL	23	100.0

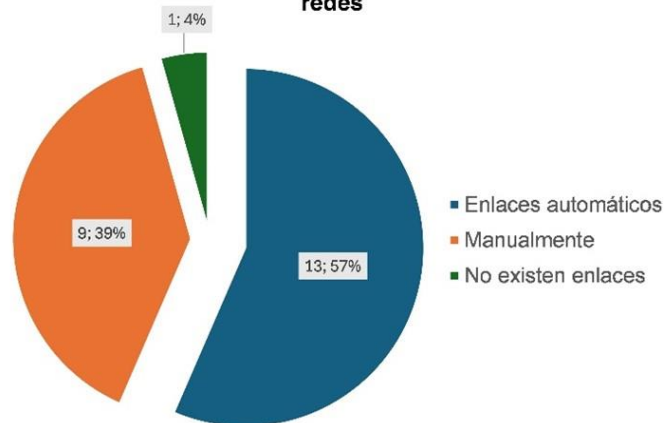
Fuente: Encuestas

La tabla 5 revela que 19 (82.6%) de los máximos responsables de las oficinas de relaciones públicas y comunicación que participaron en la encuesta expresaron que consideran “muy satisfactorios” el uso de medios tecnológicos y las redes sociales, en tanto que el 17.4% restante la ubican en un nivel “satisfactorio”.

En cuanto a la forma en que circulan los contenidos entre las diferentes redes, el 57% manifestó que, a través de enlaces automáticos, mientras que 9 o sea el 39% los hacía circular manualmente, sólo una de las unidades encuestadas reveló no realizar ningún enlace. Ver Figura 3.



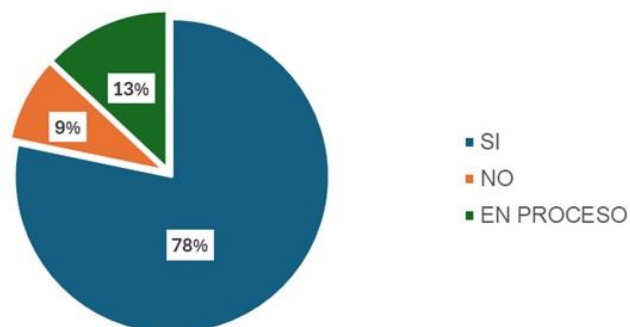
Figura 3
Forma en que circulan los contenidos entre las redes



En lo concerniente a la existencia de un manual o procedimiento para el manejo de las redes sociales, 10 de las instituciones manifestaron contar con un manual e igual número manifestó que el manual se encontraba en proceso. Tres señalaron no contar con el mismo.

Al cuestionar sobre la existencia de un manual o procedimiento para gestionar la imagen de la institución, se determinó que 18 de los 23 encuestados cuentan con el mismo lo cual representa un 78% del total, en tanto que tres (13%) manifestaron que estaba en proceso y sólo 2 indicaron no contar con uno. Ver figura 4.

Figura 4
Existencia de un manual o procedimiento para gestionar la imagen de a institución



La pandemia del COVID 19, aceleró el surgimiento de un nuevo paradigma en la comunicación y Relaciones Públicas a nivel mundial y Panamá no escapa a esta



realidad.

El artículo proporciona una perspectiva actualizada sobre el empleo de las redes sociales y las nuevas tecnologías en las relaciones públicas del sector público en Panamá, destacando su importancia en la era digital y su papel en la adaptación institucional a los cambios del entorno.

“No diseñar, gestionar, planificar y controlar profesionalmente estas comunicaciones puede convertirse en una amenaza para el prestigio y la supervivencia de una marcas, empresa o institución”. (Pérez, 2012).

El uso de redes sociales por parte de los departamentos de relaciones públicas para comunicarse con el público puede variar dependiendo de varios factores, entre ellos la naturaleza de la organización, su audiencia objetivo y sus objetivos de comunicación. Muchas organizaciones utilizan una combinación de plataformas de redes sociales para interactuar con su audiencia de manera efectiva, lo cual, a la luz de los resultados obtenidos, pudiera inferirse que es el caso de las instituciones públicas panameñas.

Las redes sociales como plataforma para la comunicación de las relaciones públicas se ponen en público en un estudio realizado por Elogia Ipsosfacto para Interactive Advertinsing Bureau (Pérez Serna, 2009) sobre el impacto de las redes sociales en España y en el que, entre otras conclusiones destacan que “Un 61% de los usuarios de redes sociales utiliza este servicio a diario”, y un 84% más de una vez a la semana.

Lo recomendable es actualizar la información en redes sociales a diario, dado que la información tiende a perder vigencia. En función de los resultados obtenidos de la muestra se infiere que en el caso de las instituciones panameñas la frecuencia de actualización se enmarca en parámetros halagadores.

Cabe destacar que la posible limitación de la investigación con respecto al tamaño de la muestra se vio mitigada por la calidad de los profesionales que estuvieron a cargo de las respuestas por parte de los sujetos muestrales, por lo que se considera que la misma tiene un grado satisfactorio de representatividad.

Las estrategias de relaciones públicas en redes sociales se enfocan en cultivar y mantener relaciones positivas con la audiencia, promover la reputación de la marca y administrar la comunicación de manera efectiva. El análisis de los resultados de la



encuesta muestra que es necesario fortalecer en las instituciones públicas panameñas la utilización de las estrategias comúnmente utilizadas. De hecho, es muy significativo el hecho de no contar con estrategias para el manejo de crisis y de seguimiento y evaluación.

Para muchas empresas, las redes sociales pueden ser una herramienta de relaciones públicas (y de marketing) muy útil: son un medio efectivo para sumar seguidores, convertir clientes, compartir tu contenido y resolver crisis. (Molano, 2023)

Las redes sociales pueden ser una plataforma para abordar y gestionar crisis de reputación de manera rápida y efectiva. Las instituciones deben estar preparadas para responder a críticas, quejas y situaciones de crisis de manera transparente y proactiva.

Por otro lado, como señala (Fernández Dutton, 2006), es preciso escuchar a las redes sociales más vinculadas a las empresas del sector industrial y de bienes y servicio. Ya no es suficiente con tener presencia en las redes, sino que hay que formar parte de ellas, participando de manera activa, creando conversaciones y escuchando lo que otros usuarios tienen que decir.

Las relaciones públicas están experimentando cambios significativos debido al impacto de la tecnología, lo cual redefine el rol de los profesionales de esta área y demanda nuevas habilidades para mantenerse efectivos en la profesión. (Kamau, 2021) .

Uno de los principales cambios radica en el uso de las redes sociales. Con la mayoría de la población obteniendo noticias, participando en conversaciones y formando opiniones a través de estas plataformas, el no emplearlas en las comunicaciones institucionales puede resultar en invisibilidad. (Kamau, 2021)

Cuando se trata de la gestión de crisis de relaciones públicas, la utilización de las redes sociales es clave. Tranquilizar al público requiere actualizarlo constantemente sobre las medidas que se están tomando para abordar los problemas o la crisis. Esto se hará a través de una serie de comunicados de prensa y declaraciones. Sin embargo, con las redes sociales, una organización puede hacer lo mismo y mucho más eficazmente con una serie de tweets. (Kamau, 2021)

De igual forma la ejecución de un seguimiento regular del desempeño en las redes sociales, a través de una serie de métricas como: el compromiso, las veces que se



menciona la institución y los comentarios del público, contribuye a entender qué está funcionando bien y qué áreas necesitan mejorar.

Conclusión

Finalmente, la investigación realizada destacó un nivel satisfactorio de conocimientos, percepción y uso de las redes sociales y nuevas tecnologías, por parte del Área de Relaciones Públicas y Comunicación de las instituciones sujetas de estudio. Esto evidencia en alguna medida la capacidad de adaptación de las instituciones a estos cambios y su habilidad para aprovechar las herramientas digitales en su beneficio.

Sin embargo, es necesario que dichas instituciones trabajen en el diseño de estrategias para el manejo de crisis de reputación y procedimientos de seguimiento y evaluación de las estrategias de comunicación. Lo anterior pudiera llevarse a cabo a través de manuales sobre el manejo de riesgo reputacional o de imagen.

Una investigación posterior que consideramos importante se relaciona con la revisión de las premisas contenidas en los manuales de manejo de redes sociales y de gestión de imagen.

Agradecimiento:

Expresamos nuestro agradecimiento a todas las instituciones que gentilmente accedieron a brindar su apoyo a nivel institucional, para el desarrollo de la presente investigación, respondiendo la encuesta y de manera muy especial a los profesionales miembros de APREPPA, que gracias a su intermediación la misma se hizo realidad. Las instituciones participantes fueron: Superintendencia de Seguros y Reaseguros de Panamá, Meduca, Ministerio de salud, Autoridad de Turismo, Ministerio de la Mujer, UTP, Ministerio de Cultura, Senacyt, CSS, Defensoría del Pueblo, Programa Saneamiento de Panamá, Acodeco, MOP, Lotería Nacional de Beneficencia, Tribunal Electoral, ANTAI, Universidad de Panamá, Tribunal Administrativo Tributario, Bomberos.



Trabajos citados

- APREPPA. (2017). Estatuto de la Asociación de Profesionales de Relaciones Públicas de Panamá. Panamá.
- Calvachi, J. (21 de diciembre de 2009). *Redes sociales : Relaciones públicas y marketing*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/Jacqui/Calvachi>
- Castillo, A. (2006). “*Estudio Sobre la Comunicación Digital en las Organizaciones*”, en *Razón y Palabra, Núm. 49, revista electronica de comunicación*. Instituto Tecnológico de Monterrey, México.México.
- Castillo-Esparcia A., y. S. (2017). Relaciones públicas digitales. Análisis de las estrategias de comunicación de los think tanks. *Obra Digital*, (13), 59-80.
- Criado Grande, I. (2013). *Redes sociales para unas administraciones y gobiernos abiertos. Desafíos para la innovación y la creación de valor público. Buen Gobierno [en línea]. 2013, (15), 8-25[fecha de Consulta 13 de abril de 2024]. ISSN: 1874-4271. D.*
- Cuenca-Fontbona, J. M.-P. (2020). Transformación digital de los departamentos de relaciones públicas y comunicación de una muestra de empresas españolas. *Revista De Comunicación*, 19(1), 75–92. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-202>.
- Durán Ruiz, F. J. (2009). “Retos y oportunidades de la administración y el gobierno electrónicos: Derecho a las TIC y alfabetización digital”. *Zona Próxima, Revista del Instituto de Estudios en Educación de la Universidad del Norte*, núm. 10, 104-125.
- Escobar, S. (1 de septiembre de 2009). *Social Networking: un hito en las RR.PP. online*. Obtenido de <http://.slideshare.net>



- Fernández Dutton, M. (2006). Relaciones Públicas 2.0 en Razón y Palabra, Revista electrónica de comunicación, agosto-septiembre número 52.
- Gordon, A. (2011). Public Relations. Oxford/New York: Oxford University Press.
- Grunig, J. E. (2009). “Paradigms of global public relations in an age of digitalisation”. En Prism Volumen 6 (2), número especial sobre Global Public Relations.
- Hernández S., R. F.-H. (2014). Hernández S., R., Fernández C., C., y Baptista Lucio, P. . México: McGraw-Hill.
- Juan, M. (16 de marzo de 2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/author/juan-molano>
- Kamau, A. (20 de Diciembre de 2021). <https://www.businessdailyafrica.com/bd/lifestyle/society/modern-technology-changing-public-relations-3658866>.
- Len-Ríos, M. E. (2001). Playing by the rules: Relationships with online users - Rates (Rules-Appropriate Testing Evaluation Scale) and implications for e-commerce and portal Web sites. [Report]. Gainesville, FL: The Institute for Public R.
- Linares, J. (2018). Revolución digital. Impacto de las nuevas tecnologías en el directivo. Madrid: Funación CEDE.
- Marulanda López, M. (2018). Retos y tendencias de la transformación digital para la empresa colombiana: Desafío de personas no de tecnología. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/17490>.
- Molano, J. (16 de marzo de 2023). Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/author/juan-molano>
- Pérez Serna, J. (14 de noviembre de 2009). *Estudio sobre redes sociales en internet, publicado el 14 de noviembre en el blog Marketing Positivo*,. Obtenido de <http://wwwmarketingpositivo.blogs-pot.com>
- Pérez, M. Á. (2012). *Estrategi de Comunicación en redes sociales*. . Mexico: Gedisa S.A.



Nota al pie:

1 muestreo por conveniencia: El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilística donde las muestras de la población se seleccionan solo porque están convenientemente disponibles para el investigador.

2 asociación de Profesionales de Relaciones Públicas de Panamá, APREPPA, es una organización puramente civil sin fines de lucro, constituida por profesionales del área de las Relaciones Públicas.

3 un KPI, sigla que proviene de la frase en inglés key performance indicator (indicador clave de rendimiento), es una métrica cuantitativa que muestra cómo una organización progresa hacia sus objetivos más importantes en el ámbito nacional.



Músicalización en producciones de televisión y cine: uso de inteligencia artificial y tecnologías globales

Music in television and film productions: use of artificial intelligence and global technologies

Danilo Ovalle

Universidad de Panamá, Facultad de Comunicación Social. Panamá

danilo.ovalle@up.ac.pa <https://orcid.org/0009-0005-6302-0601>

Recibido: 13 mayo 2024

Aceptación: 14 septiembre 2024

DOI

Resumen

Eastern European Jewish music and klezmer. In addition, he explored the music of Afghanistan, where he conducted research since 1967. His focus on cultural diversity and musical adaptation in audiovisual contexts has enriched our understanding of music. On the other hand, Michael D. Donnelly has thoroughly examined the use of music in science fiction television. His research reveals how music contributes to constructing fictional worlds and emotions. En este artículo, exploramos la transformación de la musicalización en la industria audiovisual, centrándonos en las contribuciones de tres destacados autores: Mark Slobin, Michael D. Donnelly y Emmanuel Legrand. Estos eruditos han dejado una huella significativa en el campo, abordando desde diferentes perspectivas cómo la música se integra en producciones televisivas y cinematográficas.

Mark Slobin, un etnomusicólogo estadounidense, ha dedicado su investigación a la música judía de Europa del Este y al klezmer. Además, exploró la música de Afganistán, donde realizó investigaciones desde 1967. Su enfoque en la diversidad cultural y la adaptación musical en contextos audiovisuales ha enriquecido nuestra comprensión de la musicalización.

Por otro lado, Michael D. Donnelly ha examinado minuciosamente el uso de la música en la televisión de ciencia ficción. Sus investigaciones revelan cómo la música contribuye a la construcción de mundos ficticios y emociones en pantalla. Su enfoque en géneros específicos ha influido en la práctica de la musicalización en la industria. Finalmente, Emmanuel Legrand nos brinda una visión panorámica de la historia y las prácticas actuales en la industria audiovisual. Su trabajo abarca desde la música en películas hasta la colaboración creativa en entornos virtuales. Legrand ha explorado cómo la tecnología, como la realidad virtual, impacta la creación musical y la experiencia del espectador. En conjunto, las contribuciones de estos autores nos permiten comprender mejor cómo los avances tecnológicos han revolucionado la musicalización en



producciones televisivas y cinematográficas, ofreciendo nuevas oportunidades creativas y mejorando la eficiencia en el proceso de producción.

Palabras Clave: Música, periodismo, tecnología de la comunicación, producción audiovisual

Abstract

In this article, we explore the transformation of music in the audiovisual industry, focusing on the contributions of three prominent authors: Mark Slobin, Michael D. Donnelly, and Emmanuel Legrand. These scholars have left a significant mark on the field, approaching how music is integrated into television and film productions. Mark Slobin, an American ethnomusicologist, has devoted his research to on screen. Focus on specific genres has influenced the practice of music in the industry.

Finally, Emmanuel Legrand gives us a panoramic view of the history and current practices in the audiovisual industry. His work ranges from music in films to creative collaboration in virtual environments. Legrand has explored how technology, such as virtual reality, impacts music-making and the viewer's experience. Together, these authors allow us to understand how technological advances have revolutionized music in television and film productions, offering new creative opportunities and improving efficiency in the production process.

Keywords: Music, journalism, communication technology, audiovisual production

Introducción

La intersección entre la música y el mundo audiovisual ha sido un aspecto fundamental en la creación cinematográfica y televisiva desde los albores del cine. La música, con su capacidad para evocar emociones, establecer atmósferas y reforzar la narrativa visual, ha sido un elemento indispensable para los creadores de contenido audiovisual. Sin embargo, en la era moderna, con el advenimiento de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual (RV) y la colaboración virtual, el proceso de musicalización en producciones televisivas y cinematográficas está experimentando una transformación sin precedentes.

El presente artículo se propone explorar los avances tecnológicos en la musicalización para medios audiovisuales y su impacto en la industria a nivel global. Para ello, nos basaremos en una amplia gama de fuentes y estudios relevantes que abordan diversos aspectos de este tema fascinante y en constante evolución.

En este se destaca la exploración como el papel cada vez más relevante que



desempeña La IA puede componer música original basada en patrones y estilos predefinidos. Puede generar partituras completas, melodías y armonías de manera autónoma. Esto permite a los músicos experimentar con nuevas composiciones y explorar territorios creativos inexplorados. *Sánchez, G. M. (2006). La música y la evolución de la narración audiovisual: Aplicación de la síncrexis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperad de (20) La música y la evolución de la narración audiovisual: Aplicación de la síncrexis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales. | Gonzalo Martín Sánchez - Academia.edu*

"El estudio de Smith (2023) examina de cerca esta tendencia, destacando cómo la IA está influyendo en la creación de partituras cinematográficas y proporcionando una visión profunda de las ventajas y desafíos asociados con el uso de algoritmos para componer música en películas" (Smith, 2023).

Además de la inteligencia artificial, la realidad virtual ha emergido como una fuerza disruptiva en el campo de la musicalización para producciones audiovisuales. El autor Gómez García, J. (2023), en su proyecto de grado *Composición en la Era Digital: La Integración de Inteligencias Artificiales en la Composición para Cine y Medios*, ha investigado el impacto de la realidad virtual en la musicalización de producciones audiovisuales, explorando casos de uso específicos en la industria cinematográfica española. Este estudio nos ofrece una visión única de cómo la realidad virtual está transformando la manera en que se concibe y se implementa la música en el contexto audiovisual (Gómez García, 2023) *Composición en la Era Digital: La Integración de Inteligencias Artificiales en la Composición para Cine y Medios*. Proyecto de grado, Universidad de los Andes, Facultad de Artes y Humanidades, Departamento de Música, Bogotá D.C.



Asimismo, es crucial examinar el debate en torno a la producción musical basada en inteligencia artificial versus la realizada por compositores humanos. Otro aspecto fundamental que abordaremos es el fenómeno de la colaboración virtual en la producción musical. En un mundo cada vez más conectado digitalmente, la colaboración a distancia entre músicos, compositores y productores se ha vuelto más común. Boddington, E., & Owens, D. (2023). *“Con este fin, es esencial crear estructuras que favorezcan la comunicación abierta, efectiva y organizada a través de canales de comunicación regulares y rutinas destinadas al intercambio de ideas, discusión de problemas o dificultades, provisión de información y resolución de discrepancias eventuales, fomentando el debate constructivo y respetuoso con el objetivo de proporcionar retroalimentación y refuerzo positivo a cada grupo y al colectivo unitario.”* Boddington, E., & Owens, D. (2023).

A medida que avanzamos en nuestra exploración, también examinaremos el impacto global de la inteligencia artificial en la industria cinematográfica y televisiva. *“Musicking with an Interactive Musical System: The Effects of Task Motivation and User Interface Mode on Non-musicians’ Creative Engagement” International Journal of Human-Computer Studies (Wu & Bryan-Kinns, 2018) explora cómo la motivación de la tarea y el modo de interfaz afectan la participación creativa de los no músicos en sistemas musicales interactivos,* (Boddington, E., & Owens, D. (2023).

Además de estas investigaciones específicas, también nos basaremos en referencias más generales que abordan la relación entre la música y la narrativa visual. Sánchez (2006) *La música y la evolución de la narración audiovisual: Aplicación de la síncrexis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid.* sugiere una exploración detallada de la síncrexis, la temporalización y la estructura narrativa de la música en vídeos musicales, fundamental para comprender la integración efectiva de la música en la narrativa visual en producciones televisivas y cinematográficas (p. 179).

Por último, nos apoyaremos en obras que ofrecen consejos prácticos y guías para la creación de música específicamente para medios audiovisuales. La obra de Gértrudix, M. y García, F. (2013). *El discurso musical en el cine: el proceso de composición musical desde el análisis de sus estrategias narrativas.* En P. Gómez (Ed.) *Teorías y aplicaciones narrativas.* Madrid: Editorial Icono14, “ofrece una visión detallada de cómo sincronizar la música con la narrativa visual, proporcionando valiosas directrices para los compositores y creadores de contenido audiovisual” (p. 189-208).



En resumen, este artículo se propone analizar en profundidad los avances tecnológicos en la musicalización para producciones televisivas y cinematográficas, explorando cómo la inteligencia artificial, la realidad virtual y otras tecnologías emergentes están transformando el proceso creativo y el impacto emocional de la música en el mundo audiovisual contemporáneo. Con un análisis integral de diversas fuentes y estudios, esperamos ofrecer una visión completa de este emocionante y dinámico campo de estudio.

Metodología

Diseño del estudio

El estudio sobre la influencia de la Inteligencia Artificial (IA) y la Realidad Virtual (RV) en la composición musical para cine se lleva a cabo mediante una revisión exhaustiva de literatura y análisis de casos de estudio. Se investigan ejemplos prácticos y documentados donde se ha utilizado IA y RV en la creación y producción musical para cine.

Unidad de análisis

Las unidades de análisis son las composiciones musicales para cine y producciones audiovisuales que han integrado IA y RV. Se analizan tanto las composiciones generadas por IA como aquellas creadas con el apoyo de herramientas de RV, así como los procesos y resultados de dichas integraciones.

Técnicas e instrumentos

1. **Revisión de literatura:** Se recopilan artículos académicos, libros y publicaciones sobre el uso de IA y RV en la composición musical para cine.
2. **Análisis de casos de estudio:** Se seleccionan y examinan casos específicos donde se ha implementado IA y RV en la creación musical.

Análisis de resultados

Se emplean métodos de análisis cualitativo para evaluar el impacto de la IA y la RV en la composición musical para cine:

1. **Comparación de tiempos de producción:** Se comparan los tiempos de creación musical entre compositores humanos y algoritmos de IA.



2. **Evaluación de calidad:** Se analiza la calidad de las composiciones musicales en términos de originalidad, emocionalidad y adecuación a la narrativa cinematográfica.

Resultados

¿Cómo la Inteligencia Artificial ha Influido de la Composición Musical para Cine?

La Inteligencia Artificial Dentro de la Composición Musical para Cine:

Su evolución ha desencadenado una revolución en diversos campos, y la composición musical para cine no es una excepción. La capacidad para analizar patrones musicales, generar nuevas melodías y adaptarse a las necesidades específicas de una producción cinematográfica abre nuevas posibilidades creativas, esto plantea desafíos interesantes para los compositores tradicionales.

En la composición musical para cine, la IA se ha convertido en una herramienta poderosa para agilizar el proceso creativo y proporcionar soluciones innovadoras. Los algoritmos de IA pueden analizar vastas bases de datos de música de películas anteriores, identificar tendencias comunes, y generar nuevas composiciones que se ajusten al estilo y la atmósfera deseados. Esta capacidad de generar música de manera automatizada y personalizada según las necesidades específicas de una película ha llevado a un cambio en la forma en que se abordan las partituras cinematográficas.

Una de las principales ventajas de utilizar la IA en la composición musical para cine es su capacidad para generar música de manera rápida y eficiente. Mientras que los compositores humanos pueden requerir semanas o meses para crear una partitura completa, los algoritmos de IA pueden producir composiciones en cuestión de horas o incluso minutos. Esto permite a los cineastas acceder a varias opciones musicales en poco tiempo, lo que agiliza el proceso de posproducción y permite una mayor experimentación creativa.

Además de su rapidez, la IA ofrece una mayor flexibilidad en cuanto a adaptación a las necesidades específicas de una película. Los algoritmos pueden ajustar fácilmente la tonalidad, el ritmo y la instrumentación de una composición para que se ajuste perfectamente a una escena en particular o a la narrativa general de la película. La capacidad de personalización ayuda a los cineastas a tener control sobre la música de su película y crear una experiencia audiovisual inmersiva y emocional para el público.



¿Cómo afecta la adopción de la inteligencia artificial en la composición musical para cine a la calidad emocional y creativa de la música producida, y cuáles son las implicaciones para los músicos y compositores tradicionales?

Pese a sus ventajas, el uso de la IA en la composición musical para cine plantea desafíos significativos. Uno de los principales desafíos es el riesgo de que la música generada por IA carezca de la profundidad emocional y la originalidad creativa que caracterizan a las composiciones humanas. Aunque los algoritmos pueden imitar con precisión ciertos estilos musicales, a menudo les falta la capacidad de transmitir la emoción y la intención detrás de la música de la misma manera que lo hace un compositor humano.

Además, existe una preocupación creciente sobre el impacto que la IA podría tener en la industria de la música, especialmente en lo que respecta al empleo de compositores y músicos tradicionales. A medida que los algoritmos de IA se vuelven más sofisticados y capaces de producir música de alta calidad, es posible que se reduzca la demanda de músicos profesionales, lo que podría tener consecuencias económicas significativas para la industria.

A pesar de estos desafíos, el uso de la IA en la composición musical para cine sigue creciendo en popularidad y se espera que continúe expandiéndose en los próximos años. A medida que los algoritmos se vuelven más avanzados y se perfeccionan, es probable que veamos una mayor integración de la IA en todos los aspectos de la producción audiovisual, desde la composición musical hasta la edición de video y los efectos especiales. Al final, la IA puede transformar radicalmente cómo se crea y experimenta la música en el cine, abriendo nuevas posibilidades creativas y redefiniendo los límites de la expresión artística en el mundo audiovisual.

Impacto de la realidad virtual en la musicalización de producciones audiovisuales.

I. Introducción a la Realidad Virtual y la Musicalización:

La Realidad Virtual (RV) es una tecnología innovadora que transforma la forma en que interactuamos con el mundo digital. Mediante los dispositivos de visualización, como gafas de RV y cascos de realidad aumentada, los usuarios pueden sumergirse en entornos tridimensionales simulados, los que crea sensación de presencia y participación en experiencias virtuales. En este contexto, la RV ha comenzado a influir significativamente en la creación y experiencia de la música en el ámbito audiovisual.

A. Definición de Realidad Virtual: La RV se define como un entorno simulado generado por computadora que permite a los usuarios interactuar con objetos y entidades virtuales de manera realista y envolvente. El uso de la visualización estereoscópica, el seguimiento de movimiento y



el sonido espacial para crear una sensación de inmersión total en entornos digitales.

La RV no solo ofrece una representación visual convincente, sino que también integra elementos auditivos que complementan la experiencia, permitiendo una mayor interacción sensorial y una conexión más profunda con el contenido virtual.

B. Evolución de la RV en el campo de la producción audiovisual: La RV ha experimentado un rápido crecimiento en los últimos años, expandiéndose desde aplicaciones de entretenimiento y videojuegos hacia áreas como la medicina, la arquitectura y el diseño de productos. En el ámbito de la producción audiovisual, la RV ha abierto nuevas posibilidades creativas para la creación de contenido multimedia, incluida la musicalización de producciones audiovisuales.

Con el desarrollo de tecnologías más accesibles y la disminución de costos, la RV se ha vuelto más ubicua en la producción audiovisual, permitiendo a los creadores explorar narrativas interactivas y experiencias inmersivas que van más allá de los límites del cine y la televisión tradicionales.

C. Intersección entre música y RV: antecedentes y contextos históricos: La relación entre la música y la RV se remonta a los primeros experimentos de sonido envolvente y realidad virtual en la década de 1970. Inicialmente, se exploraron formas de mejorar la experiencia musical mediante la creación de entornos sonoros tridimensionales que complementarían la representación visual en entornos virtuales.

Con el avance de la tecnología, los creadores han ido más allá de la simple integración de música en experiencias RV, explorando nuevas formas de composición, producción y experiencia musical que aprovechan al máximo el potencial inmersivo de la RV.

II. Aplicaciones Prácticas de la Realidad Virtual en la Musicalización:

A. Los Entornos Musicales Inmersivos: Estos entornos pueden variar desde paisajes sonoros tridimensionales hasta recreaciones virtuales de escenarios históricos o ficticios donde la música cobra vida de manera dinámica.

Se utiliza para generar entornos sonoros envolventes, crear nuevas formas de contar historias y transmitir emociones a través de la música, proporcionando una experiencia sensorial más rica y memorable.

B. La Composición y Producción Musical en Los Entornos Virtuales: La RV ofrece herramientas avanzadas para la composición y producción musical en entornos virtuales. Los compositores pueden experimentar con nuevas ideas musicales en tiempo real, utilizando interfaces intuitivas y controles gestuales para manipular y modificar la música en un entorno tridimensional.

Los compositores pueden colaborar con otros creadores en tiempo real, explorando diferentes



enfoques creativos y experimentando con nuevas técnicas de composición.

III. Impacto Emocional y Narrativo de la Realidad Virtual en la Musicalización:

A. Potencial para la Inmersión Emocional: La RV tiene el potencial de aumentar la inmersión emocional del espectador al proporcionar una experiencia sensorial completa que combina música, imágenes y sonido espacial. La música se utiliza para crear una conexión emocional más profunda con los personajes y la trama de una historia, llevando la experiencia audiovisual a un nivel completamente nuevo de inmersión y emoción.

La capacidad de la RV para crear entornos sonoros envolventes y reaccionar dinámicamente a las acciones del usuario permite una mayor personalización y adaptación de la experiencia musical, lo que aumenta su impacto emocional y narrativo.

B. La Narrativa y Diseño de Sonido en RV: La RV ofrece oportunidades únicas para explorar nuevas formas de narrativa y diseño de sonido en producciones audiovisuales. La música puede utilizarse para guiar la atención del espectador, crear tensiones dramáticas y establecer el tono emocional de una escena, todo dentro de un entorno virtual interactivo donde el usuario tiene control sobre su experiencia.

Al lograr integrar la música de manera orgánica en la narrativa cinematográfica y el diseño de sonido de una experiencia de realidad virtual, los directores crean una experiencia audiovisual más cohesiva y envolvente que resuena profundamente con el público.

IV. Desafíos y Limitaciones de la RV en la Musicalización:

A. Tecnológicos: A pesar de sus avances, la RV todavía enfrenta desafíos tecnológicos en términos de hardware y software. La calidad del sonido en entornos virtuales puede ser limitada por las restricciones técnicas de los dispositivos de reproducción de audio, mientras que la integración de música en experiencias de RV interactivas puede requerir una mayor potencia de procesamiento y rendimiento gráfico.

La interoperabilidad entre diferentes plataformas y dispositivos de RV también puede ser un desafío, lo que dificulta la creación de experiencias musicales coherentes y consistentes en diferentes entornos y dispositivos.

B. Creativos y Artísticos: Existen desafíos creativos y artísticos asociados con la integración de música en entornos virtuales. Los creadores deben encontrar formas de adaptar la música a la experiencia de la RV sin comprometer su calidad o impacto emocional. Además, la preservación de la autenticidad y la originalidad en la composición musical para entornos virtuales puede ser un desafío, especialmente cuando se utilizan herramientas de generación automática de música.

La RV también plantea preguntas sobre la autoría y la propiedad intelectual en la creación



musical, ya que las experiencias de RV pueden ser el resultado de colaboraciones multidisciplinarias que involucran a músicos, diseñadores de sonido, programadores y artistas visuales.

V. Oportunidades Futuras y Tendencias en la Musicalización con Realidad Virtual:

A. Exploración de Nuevos Géneros y Formatos Narrativos: La RV ofrece oportunidades para explorar nuevos géneros y formatos narrativos en la creación musical para producciones audiovisuales. Desde experiencias interactivas hasta narrativas no lineales, la RV permite a los creadores experimentar con formas innovadoras de contar historias y expresar emociones a través de la música.

La RV también puede facilitar la colaboración entre creadores de diferentes disciplinas, fomentando la experimentación y el intercambio de ideas en la búsqueda de nuevas formas de expresión artística y narrativa.

B. Integración de la IA en la Musicalización en RV: La inteligencia artificial (IA) podría desempeñar un papel importante en la musicalización de producciones audiovisuales en entornos virtuales. Mediante IA se pueden generar música de manera dinámica en respuesta a las acciones del usuario o adaptarse a las preferencias individuales, ofreciendo experiencias personalizadas y únicas para cada espectador.

Al integrar la IA en la composición y producción musical en RV, los creadores pueden explorar nuevas formas de interacción entre el usuario y la música, creando experiencias musicales más personalizadas que se adapten a las necesidades y preferencias individuales de cada productor musical.

VI. Casos de Estudio y Ejemplos Prácticos:

A. Experiencias de RV musicales destacadas: Ejemplos de conciertos virtuales y espectáculos musicales en RV, como experiencias inmersivas de realidad virtual y producciones audiovisuales interactivas.

Uno de los ejemplos más destacados es el proyecto "Altered Realities", una colaboración entre músicos, artistas visuales y desarrolladores de RV que combina música en vivo con experiencias de RV interactivas para crear una experiencia multisensorial única y envolvente para el público.

B. Como Impacta la RV en la industria musical y audiovisual: Estudios de caso de producciones audiovisuales que han integrado con éxito la RV en su musicalización, destacando el uso innovador de la música en entornos virtuales para crear experiencias emocionantes y envolventes para el público.

Un ejemplo notable es el video musical "Torn Apart", creado en colaboración con músicos,



cineastas y diseñadores de RV para crear una experiencia audiovisual que combina música, narrativa y diseño de sonido en un entorno. (CMAT - Torn Apart (Visualiser) - YouTube)

Conclusión

La Realidad Virtual ha emergido como una herramienta poderosa en la musicalización de producciones audiovisuales, ofreciendo nuevas formas de experimentar y crear música en entornos virtuales. A pesar de los desafíos tecnológicos y creativos, la RV presenta oportunidades emocionantes para explorar nuevos géneros narrativos, experimentar con formas innovadoras de composición musical y colaborar en proyectos multidisciplinarios que fusionan música, narrativa y diseño de sonido en un entorno virtual interactivo. Al continuar explorando el potencial de la RV en la musicalización de producciones audiovisuales, los creadores pueden abrir nuevas fronteras creativas y artísticas, ofreciendo al público experiencias musicales más inmersivas, emocionantes y significativas que desafían las convenciones tradicionales del cine y la televisión.

Los algoritmos de IA pueden analizar grandes conjuntos de datos musicales y generar composiciones en cuestión de minutos, lo que permite a los creadores explorar una amplia gama de ideas musicales de manera rápida y económica. Sin embargo, la producción musical basada en IA también plantea desafíos en términos de originalidad y autenticidad. A menudo, las composiciones generadas por algoritmos carecen de la profundidad emocional y la creatividad artística que caracterizan el trabajo humano. Los compositores humanos, por otro lado, aportan un elemento humano único a sus obras, infundiendo sus composiciones con emociones, experiencias y perspectivas personales que son difíciles de replicar mediante algoritmos.

En la industria musical actual, vemos una coexistencia y complementariedad entre la producción musical basada en IA y la realizada por compositores humanos. Muchos músicos y productores utilizan herramientas de IA como una fuente de inspiración y exploración creativa, integrando elementos generados por algoritmos en sus composiciones para enriquecer y ampliar su paleta musical. Además, la IA se utiliza cada vez más en tareas específicas, como la composición de arreglos musicales o la generación de ritmos, permitiendo a los compositores humanos concentrarse en aspectos más creativos y expresivos de la música.

Recomendaciones Prácticas



Mantenerse actualizado sobre las últimas tendencias y avances en tecnología y producción musical, incluyendo IA y colaboración virtual.

Buscar oportunidades para colaborar con otros profesionales del cine y la música, tanto localmente como a través de plataformas de colaboración en línea.

Desarrollar habilidades en la comprensión y aplicación de la música en la narrativa visual, incluyendo la síncrexis, la temporalización y la estructura narrativa musical.

Explorar y experimentar con nuevas herramientas y técnicas en la composición musical, aprovechando las oportunidades que ofrecen las tecnologías emergentes para expandir su creatividad y diferenciarse en el mercado.

Referencias Bibliográficas

Boddington, E., & Owens, D. (2023). Collaborative composition and urban popular music in digital music didactics. Education Sciences, 13(8), 771. Recuperado de <https://doi.org/10.3390/educsci13080771>

Carrasco, J. (2006). Cine y televisión digital: Manual técnico. Casa del Libro.

Donelly, M. (2013). music in science fiction television tuned to the future. New York, NY: Routledge

García, E. (2016). Historia del cine (2ª ed.). Biblioteca de Historia.

Gértrudix, M. (2003).

Gértrudix, M. y García, F. (2013). El discurso musical en el cine el proceso de composición musical desde el análisis de sus estrategias narrativas.

Gómez García, J. (2023). Composición en la Era Digital: La Integración de Inteligencias Artificiales en la Composición para Cine y Medios (Proyecto de grado, Universidad de los Andes, Facultad de Artes y Humanidades, Departamento de Música).

Legrand, E. (2022). Estudio sobre el lugar y el papel de los autores y compositores en el mercado europeo de la transmisión de música.



Smith, J. (2023, November 27). *AI influencing the world of music.*

Gómez García, J. (2023). *Composición en la Era Digital: La Integración de Inteligencias Artificiales en la Composición para Cine y Medios. Proyecto de grado, Universidad de los Andes, Facultad de Artes y Humanidades, Departamento de Música, Bogotá D.C.*

M. A., Kozachuk, J., Michaelis, J. R., Odette, K. L., Smither, J. A., & McConnell, D. S. (2016). *The effects of immersiveness and future VR expectations on subjective experiences during an educational 360 video. Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society Annual Meeting, 60(1), 2108-2112*

Rosero Cevallos, A. M. (2023, diciembre 17). *IA y Arte Generativo: Explora cómo la IA está siendo utilizada para crear arte y música generativa. Revista Enred - Noticias de Tecnología y Negocios Ecuador.*

Rupp, M. A., Kozachuk, J., Michaelis, J. R., Odette, K., Smither, J., & McConnell, D. S. (2016). *The effects of immersiveness and future VR expectations on subjective experiences during an educational 360 video.*

Sánchez, G. M. (2006). *La música y la evolución de la narración audiovisual: Aplicación de la síncrexis, temporalización y estructura narrativa de la música en la narración de los vídeos musicales (Tesis doctoral).*

Slobin, M. (1992). *Micromusics of the West: A comparative approach. Ethnomusicology, 36(1), 1-87.*

Slobin, M. (2014). *Music in the Yiddish Theater and Cinema, 1880-1950. In J. S. Walden (Ed.), The Cambridge Companion to Jewish Music (pp. 215–227). Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.*

Slobin, M. (Ed.). (2008). *Global Soundtracks: Worlds of Film Music. Middletown, CT: Wesleyan University Press.*



Wierzbicki, James, Film Music a History, (2009), Routledge, New York, 2009.

Wu, Y., & Bryan-Kinns, N. (2019). Musicking with an interactive musical system: The effects of task motivation and user interface mode on non-musicians' creative engagement. International Journal of Human-Computer Studies, 122, 61-77.