



Escuchando a la Academia

Investigación e innovación
sobre presente y futuro de la Ciencia

José Rafael Santana Villegas
Santana Lois Poch Butler
Oliver Carrero Márquez
(Coords.)



Marcial
Pons

ESCUCHANDO A LA ACADEMIA
INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN SOBRE PRESENTE
Y FUTURO DE LA CIENCIA

JOSÉ RAFAEL SANTANA VILLEGAS
SANTANA LOIS POCH BUTLER
OLIVER CARRERO MÁRQUEZ
(Coord.)

ESCUCHANDO A LA ACADEMIA

**Investigación e innovación
sobre presente y futuro
de la ciencia**

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES | SÃO PAULO

2024

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos que no cumplan con los requisitos de la licencia Creative Commons «Atribución/Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional», que permite:

- Compartir: copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato
- Adaptar remezclar, transformar y construir a partir del material

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia bajo los siguientes términos:

— Atribución. Usted debe dar crédito de manera adecuada , brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios . Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.

— NoComercial. Usted no puede hacer uso del material con propósitos comerciales .

— CompartirIgual. Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la la misma licencia del original.

— Sin Derivadas. Si remezcla, transforma o crea a partir del material, no podrá distribuir el material modificado.

No hay restricciones adicionales. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

© Los autores

© MARCIAL PONS

EDICIONES JURÍDICAS Y SOCIALES, S.A.

Tamayo y Baus, 7. 28004 MADRID

☎ 91 304 33 03

www.marcialpons.es

ISBN: 978-84-1381-911-2

DOI: 10.37417/7a1m4b43

Diseño de cubierta: ene estudio gráfico

MADRID, 2024

ÍNDICE

	<u>Pág.</u>
DEL GRANO A LA TAZA: INNOVACIÓN Y CALIDAD COMO PILARES DEL MARKETING EN JUAN VALDEZ, <i>por Margarita Almonacid-Durán, Alberto-Tomás Delso-Vicente y Marisol Carvajal Camperos</i>	17
1. Introducción	17
2. Metodología	18
3. Marco teórico	19
4. Caso marca Juan Valdez®	25
4.1. Política de calidad	26
4.2. Política de comercialización	27
4.3. Estrategias de sostenibilidad	29
5. Resultados	30
6. Conclusión	31
7. Referencias	34
 LA IDENTIDAD DIGITAL DE LOS MENORES Y SU EFECTO EN SU PROCESO DE FORMACIÓN, POR <i>Blanca Ballester Casanella y Albert Arisó Cruz</i>	37
1. Introducción	37
2. Metodología	39
2.1. Investigación cuantitativa	39
3. Resultados	40
4. Discusión	45
5. Conclusiones	47
6. Referencias	49

	Pág.
LA ARTIFICIAL INTIMACY COMO MOTOR DE OPTIMIZACIÓN DE LA STUDENT EXPERIENCE, por Oscar Barroso Huertas.....	51
1. Introducción.....	51
2. Metodología.....	52
2.1. Investigación cuantitativa	52
2.2. Investigación cualitativa	53
3. Resultados.....	54
4. Discusión	59
5. Conclusiones.....	64
6. Referencias	66
 ESTADO DE LA CUESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL TELETRABAJO, por Adriana Bombín Marrodán y Carmen Llovet Rodríguez	 69
1. Introducción.....	69
2. Metodología.....	71
3. Resultados.....	72
3.1. El teletrabajo.....	72
3.2. La comunicación interna digital.....	72
3.3. El marketing digital	75
4. Discusión	76
5. Conclusiones.....	77
6. Referencias.	78
 EL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES (ARS) PARA EL ESTUDIO DEL EFECTO BUMERÁN EN LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES, por Rafael Carrasco Polaino y Miguel Ángel Martín Cárdaa	 81
1. Introducción.....	81
2. Fundamentos del análisis de redes sociales.....	82
3. El efecto bumerán en la comunicación	83
4. Aplicaciones del ars en el estudio del efecto bumerán.....	83
5. Proceso del análisis de redes sociales	84
5.1. Recopilación de datos	85
5.2. Creación de la red.....	87
5.3. Análisis de la estructura de la red	88
5.4. Evaluación del contenido.....	88

	Pág.
5.5. Visualización y reporte.	91
6. Conclusiones.	92
7. Referencias.	94

EL ESCUDO EMOCIONAL DEL ENFADO, por M^a del Carmen Díez González	97
1. Introducción.....	97
2. Metodología.....	98
2.1. Investigación sobre los conceptos claves y los ciclos de las emociones	98
2.2. Manifestaciones del enfado y el acompañamiento emocional	99
3. Discusión	100
4. Referencias	101

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LOS FORMATOS DE FICCIÓN EN SERIES DE ANIMACIÓN, por Arturo Encinas Cantalapiedra	103
1. Introducción.....	103
1.1. Aclaración preliminar: formatos y géneros en televisión... ..	103
1.2. Ausencia de una taxonomía de los formatos de ficción en series de animación.....	104
2. Hacia una taxonomía de los formatos de animación	106
3. Parámetros del formato de ficción en series de animación.....	107
3.1. Tramas	107
3.2. Personajes	110
3.3. Escenas	111
3.4. Escenarios.....	112
3.5. Otros parámetros narrativos.....	112
3.6. Molde narrativo de los episodios	113
3.7. El mundo del texto y el formato de ficción.....	114
4. Conclusiones.....	117
5. Referencias.	118

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADOPCIÓN DE PAGOS CONTACTLESS: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO, por Daniel Corral de la Mata, Óscar Aguado Tevar, María García de Blanes Sebastián y Luis Díaz-Marcos	121
1. Introducción.....	121
2. Objetivos y metodología	122

	Pág.
3. Revisión literatura.....	123
3.1. Definición de Pagos Contactless	123
3.2. Variables de aceptación en pagos contactless	123
4. Resultados y discusión.....	125
4.1. Análisis de datos sociodemográficos y de uso	125
4.2. Análisis de datos de los factores que influyen en la aceptación de los pagos contactless	127
5. Conclusiones, contribuciones y limitaciones	136
6. Referencias	138

LA REALIDAD DE LAS FAMILIAS NUMEROSAS DE MADRID Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL,

por Patricia de Julián Latorre, Andrea Sánchez San Román, Elsa Galiano García y Rodrigo Menéndez de la Iglesia.

139

1. Introducción.....	139
1.1. Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación	140
1.2. Estructura de la investigación	141
2. Marco teórico.....	141
2.1. Las familias numerosas desde el punto de vista político y legal.	141
2.2. Evolución de las familias numerosas en España y en Madrid	142
2.3. La sostenibilidad y las familias numerosas.....	143
2.4. Limitaciones de la realidad analizada	143
3. Metodología.....	144
3.1. Investigación cuantitativa	144
3.2. Selección de la muestra	145
3.3. Entrevistas	145
3.4. Encuesta.....	145
3.5. Técnicas de análisis de datos	146
4. Resultados.....	146
4.1. Resultados de las entrevistas.....	146
4.2. Resultados de la encuesta	148
5. Discusión	151
6. Conclusiones.....	152
7. Referencias bibliográficas.	154

EL ARTE LUMÍNICO ATMOSFÉRICO: DE LA INSTALACIÓN A LA REALIDAD EXTENDIDA, por Lidón Ramos-Fabra y Carlos Pesqueira-Calvo	155
1. Introducción.....	155
2. Metodología.....	156
2.1. Light art.....	156
3. Discusión	161
4. Conclusiones.....	162
5. Referencias	163
 DISEÑO COLABORATIVO DE ESPACIOS URBANOS EN EL MARCO DE LAS CIUDADES DE LA INFANCIA: APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y TECNOLOGÍAS DE FABRICACIÓN DIGITAL PARA UN ENFOQUE ADAPTADO A NIÑOS, por Covadonga Lorenzo-Cueva.....	 165
1. Introducción.....	165
2. Objetivos.....	167
3. Metodología.....	168
4. Resultados.....	169
5. Conclusiones.....	175
6. Bibliografía.....	175
 SCREENING FOR ELDER ABUSE, por Maria Manuela Pereira Machado y Fernando Alberto Soares Petronilho.....	 177
1. Introduction.....	177
2. Methodology	180
2.1. Literature Review	180
2.2. Save Screening Pilot	181
3. Results	182
3.1. Literature review.....	182
3.2. Training curriculum	183
3.3. Guidelines for screening	184
3.4. Screening pilot.....	184
4. Discussion.....	186
5. Conclusions.....	187
6. References.....	187

ESTUDIANTES DE ELE POR EL MUNDO: UNA EXPERIENCIA TELEVISIVA PARA PROMOVER LA EXPRESIÓN ORAL EN UN CONTEXTO SINOHABLANTE UNIVERSITARIO, por Juan Carlos Manzanares Triquet y María Moya García.....	189
1. Introducción.....	189
2. Método.....	192
3. Participantes y contexto de aplicación	192
3.1. Fases de trabajo	193
3.2. Materiales e instrumentos de recogida de datos.....	195
4. Resultados.....	199
4.1. A propósito de la autoevaluación.....	199
4.2. A propósito de la intervención didáctica.....	201
5. Discusión	203
6. Conclusiones.....	204
7. Referencias	205
 INCIDENCIA DE ACTIVIDADES BASADAS EN ORDENADOR PARA EL APRENDIZAJE DE LAS MATEMÁTICAS EN INGENIERÍA, por Ana M. Martín-Caraballo y Ángel F. Tenorio-Villalón	 207
1. Introducción.....	207
2. Metodología.....	209
2.1. Descripción de la muestra e instrumentos de recolección de datos	210
2.2. Investigación cuantitativa	212
3. Resultados.....	215
4. Conclusiones.....	218
5. Referencias	219
 (RE)OLHAR A CONJUGALIDADE NA TRANSIÇÃO PARA A PARENTALIDADE, por Cristina Araújo Martins	 221
1. Introdução.....	221
2. Metodologia.....	223
3. Resultados.....	224
3.1. Procurando ter momentos a dois.....	225
3.2. Evitando conflitos	225
3.3. Desvalorizando o menor investimento conjugal	227

	Pág.
3.4. Desvalorizando a influência da falta de tempo no relacionamento conjugal.....	228
3.5. Valorizando pequenas melhorias no relacionamento conjugal.....	229
3.6. Desvalorizando a influência da sexualidade alterada no relacionamento conjugal.....	231
4. Discussão.....	232
5. Conclusões.....	235
6. Financiamento.....	236
7. Referências.....	236

TIKTOK COMO ALTA VOZ PARA EL USO DE SUSTANCIAS ANABOLIZANTES EN PÚBLICOS JÓVENES VULNERABLES, por Juan Enrique González Vallés y Oliver Carrero Márquez.....

	239
1. Introducción.....	239
2. Planteamiento del problema.....	240
3. Objetivos de este trabajo.....	241
4. Estado de la cuestión.....	243
5. Cómo tiktok afecta a las actitudes y comportamientos relacionados con la salud y el fitness entre los jóvenes.....	243
6. Comportamientos de riesgo y uso de esteroides entre jóvenes.....	244
7. Impacto del uso de esteroides en la salud de los jóvenes.....	245
8. Metodología.....	246
9. Resultados.....	249
10. Discusión y conclusiones.....	252
11. Referencias bibliográficas.....	254

LA EXPERIENCIA MUSEÍSTICA COMO MODERADORA DEL EFECTO BUMERÁN EN PUBLICIDAD, por Ana Pedreño Santos, Mónica Viñarás Abad y Sonia Carcelén García.....

	257
1. Introducción.....	257
2. El efecto boomerang en comunicación.....	258
2.1. Marco teórico del efecto bumerán.....	258
2.2. Comunicaciones con efecto bumerán.....	260
2.3. Herramientas para prevenir el efecto bumerán.....	261
3. Publicidad social y campañas de concienciación.....	263
4. Los museos y la comunicación persuasiva.....	264
4.1. La evolución del Museo y su papel en la sociedad.....	264
4.2. El aprendizaje experiencial en el museo: tendencias.....	266

	Pág.
4.3. El lenguaje museográfico.....	268
4.4. El aprendizaje informal como estrategia de comunicación en el museo.....	269
5. Conclusiones.....	271
6. Agradecimientos.....	271
7. Referencias.....	272

EL EMPLEO VERDE COMO CATALIZADOR DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DIGITAL Y SU IMPACTO EN LA REDUCCIÓN DEL PARO JUVENIL, *por Victoria Eugenia Sánchez-García, Elena Peribáñez, Cristina Gallego, David Granada y Juan M. Vara*

<i>Victoria Eugenia Sánchez-García, Elena Peribáñez, Cristina Gallego, David Granada y Juan M. Vara</i>	275
1. Introducción.....	275
2. Metodología.....	277
3. Marco teórico.....	278
3.1. Las transiciones ecológica y digital en España y su impacto en el empleo verde.....	278
3.2. Posicionamiento de la juventud frente al empleo y emprendimiento verde en el mercado laboral español.....	281
4. Resultados y discusión.....	283
5. Conclusiones.....	289
6. Referencias.....	290

DECENT WORK IN EDUCATIONAL PROFESSIONALS: AN ANALYSIS DURING AND POST-PANDEMIC, *por Héctor Gilbran Méndez Alvite, Paola Eunice Rivera Salas*

<i>Héctor Gilbran Méndez Alvite, Paola Eunice Rivera Salas</i>	295
1. Introduction.....	295
1.1. SDG and Decent Work.....	296
1.2. Organizacional climate.....	297
1.3. ICT, online education, and the pandemic in Mexico.....	298
2. Methodology.....	299
3. Results.....	300
4. Discussion.....	307
5. Conclusions.....	309
6. References.....	310

EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN EL AUTODIAGNÓSTICO PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, *por José Rodríguez*

Terceño 313

1. Introducción 313
2. Objetivo divulgativo y social del cuestionario 316
3. Definición del cuestionario para el autodiagnóstico 318
4. Conclusiones 322
5. Referencias 323

SHARĪ'AH Y PROSELITISMO: LA ENSEÑANZA DE LA EDUCACIÓN RELIGIOSA NO ISLÁMICA EN PAÍSES MUSULMANES, *por Antonio Torres Fernández*

1. Introducción 325
2. Metodología 326
3. Discusión 327
 - 3.1. Definición y alcance de la sharī'ah 327
 - 3.2. Conceptos de proselitismo y libertad religiosa 331
 - 3.3. Perspectivas históricas sobre la enseñanza religiosa en el mundo musulmán 332
 - 3.4. Análisis del artículo 18 del Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos 334
 - 3.5. Legislación argelina, constitución, leyes y pactos internacionales 337
 - 3.6. Análisis del informe del Departamento de Estado de EE.UU. sobre la libertad religiosa en Argelia 338
 - 3.7. Análisis del caso Rachid Seighir 341
4. Conclusiones 342
5. Referencias 343

EL SILENCIO ADMINISTRATIVO COMO GARANTÍA FUNCIONAL, *por Alejandro Villanueva Turnes*

1. Introducción 345
2. El procedimiento administrativo 346
3. Obligación de resolver 347
4. Silencio administrativo 349
5. Resolución extemporánea 352
6. Conclusiones 353
7. Bibliografía 354

DEL GRANO A LA TAZA: INNOVACIÓN Y CALIDAD COMO PILARES DEL MARKETING EN JUAN VALDEZ

Margarita ALMONACID-DURÁN
Universidad Rey Juan Carlos

Alberto-Tomás DELSO-VICENTE
Universidad Rey Juan Carlos

Marisol CARVAJAL CAMPEROS
Universidad Rey Juan Carlos

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente la competencia en los mercados esta muy desagregada debido a la apertura y a la globalización de los mismos, por otra parte los consumidores están cada vez más informados, y exigen que el producto que consumen sean de calidad, es por ello que está no solo se convierte en un atributo para el producto o servicio, sino tambien en una estrategia fundamental del marketing. En este contexto, la calidad se entiende como la totalidad de atributos que tiene un producto o servicio para satisfacer las necesidades de los consumidores¹.

El secretario de la Organización Europea de la Calidad la define como:

¹ Sherly HOYOS-ESTRADA (2021), pp. 64-71

La calidad es donde todo se une. La calidad es la percepción que tienen los clientes de todo el esfuerzo combinado que una organización está haciendo antes, durante y después de su interacción con un cliente. El valor de ese esfuerzo es la medida de la calidad. Es decir, donde todo confluye a los ojos de los clientes².

Para dar a conocer el esfuerzo que hacen las empresas cuando generan e innovan productos y servicios de calidad, el marketing es un pilar importante por cuanto se involucra con el consumidor y responde a sus exigencias³, mediante la creación de estrategias que den respuesta sus necesidades, aclaren sus dudas y los lleve a adquirir estos productos o servicios de manera satisfactoria.

Philip Kotler (conocido como el padre del marketing moderno), considera que el profesional en marketing no solo debe satisfacer las necesidades del consumidor, sino crear lazos con este más allá de la venta de un producto⁴. Estos productos tienen una serie de características físicas (tangibles) y psicológicas (intangibles) que el consumidor percibe y desea. Los productos y servicios se identifican con una marca, es así como la American Marketing Association (AMA), define la marca como un nombre, un signo, símbolo, diseño o una combinación de estos utilizados para identificar los productos o servicios, las marcas tienen diferentes formas, desarrollan diferentes roles y funciones para los consumidores⁵.

El objetivo general de este trabajo es examinar el impacto de las certificaciones y la innovación en la calidad sobre las estrategias de marketing y el posicionamiento de marca de Juan Valdez®. Los objetivos específicos son describir las principales certificaciones que Juan Valdez® ha implementado y cómo se reflejan en su marketing. Analizar el papel de la innovación en el proceso de producción del café de Juan Valdez® y su contribución a la percepción de alta calidad. Evaluar cómo las iniciativas de sostenibilidad de Juan Valdez® influyen la lealtad del consumidor y atraen a nuevos clientes. Identificar y discutir cómo las estrategias de calidad e innovación diferencian a Juan Valdez® en el mercado global competitivo.

2. METODOLOGÍA

Hemos basado la metodología exclusivamente en fuentes secundarias, la investigación es descriptiva y el propósito es analizar cómo

² Organización Europea para la calidad, <https://www.eoq.org/news-and-events/about-quality> (consultado el 31 de mayo de 2024)

³ David LONGBOTTOM, Richard MEYER y James CASEY (2000) pp 327-340

⁴ Philip KOTLER y Gary ARMSTRONG (2008)

⁵ Kevin Lane KELLER (2021) pp. 527- 540

las certificaciones de calidad, sostenibilidad y seguridad, junto con las innovaciones en el proceso de producción y comercialización, contribuyen a la estrategia de marketing de Juan Valdez®.

El enfoque fue netamente cualitativo, centrado en el análisis documental para obtener una comprensión profunda de cómo la innovación y las certificaciones impactan el marketing y la percepción de marca. Las fuentes de datos secundarios se basaron en la revisión de literatura académica, libros, informes de la industria del café, documentos oficiales de Juan Valdez® y Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, informes de sostenibilidad, artículos en revistas especializadas en café y marketing, y estudios de caso relevantes. Se realizó un análisis de contenido de los documentos seleccionados para identificar cómo se describen y se integran las prácticas de innovación y certificación en las estrategias de marketing de Juan Valdez®. Se realizó una búsqueda exhaustiva de bases de datos académicas y publicaciones industriales para recopilar estudios y análisis previos relacionados con el tema.

Se identificaron los temas y patrones recurrentes en la literatura que vinculen las certificaciones y la innovación en calidad con el éxito de marketing de Juan Valdez®. Se realizó una integración y síntesis de la información extraída para construir una narrativa coherente sobre el impacto de estas prácticas en la marca.

3. MARCO TEÓRICO

El café colombiano se distingue globalmente por su alta calidad y renombre, situando a Colombia como el tercer mayor productor de café a nivel mundial, solo superado por Brasil y Vietnam. Es el líder indiscutible en la producción de variedades de café arábico suave y lavado. Este café se caracteriza por un perfil de taza que es limpio y equilibrado, con un cuerpo de medio a alto, una acidez moderada, y sabores que mezclan lo dulce, herbal y frutal, además de sutiles notas cítricas.

La historia del café en Colombia se remonta al siglo XVIII, introducido probablemente por misioneros jesuitas. Desde su introducción, el café ha florecido en todo el territorio nacional, convirtiéndose en uno de los símbolos más representativos de la cultura y economía colombiana.

El cultivo del café en Colombia es una tradición profundamente arraigada y un componente crucial de la economía rural, proporcionando empleo a más de 500 000 familias en todo el país. Además, la industria cafetera colombiana es pionera en adoptar prácticas de sostenibilidad, garantizando no solo la calidad del producto sino también el bienestar de las comunidades productoras y el respeto por el medio ambiente. Estos esfuerzos han sido clave para mantener la reputación

del café colombiano y asegurar su posición en el mercado internacional como uno de los mejores del mundo.

La calidad del café de Colombia está relacionada a varios factores clave que lo diferencian y posicionan entre los mejores. La ubicación y el clima de Colombia se encuentra en una posición privilegiada dentro de la zona cafetera mundial conocida como el «Cinturón del Café». El país tiene una geografía variada que incluye montañas y valles que ofrecen las condiciones ideales de altitud, temperatura y humedad que el café necesita para desarrollarse. Colombia es famosa por su variedad arábica, particularmente la Caturra y la Típica. Estas variedades son apreciadas por su sabor suave y su balanceada acidez.

Más de 50 países en todo el mundo se dedican a la producción comercial de café, y diariamente se consumen más de 3 mil millones de tazas a nivel global. Se calcula que el sector cafetero genera ingresos anuales que superan los 200 000 millones de dólares. A medida que el número de consumidores de café continúa creciendo y los productores se esfuerzan por satisfacer esta creciente demanda, la industria se ve confrontada con retos sin precedentes y con una necesidad imperante de evolución y adaptación; mantener el statu quo ya no es viable.

El café de Colombia por sus características y por sus implicaciones sociales que se relacionan con la calidad de su producto, ha sido merecedora de la «prima del café» que se refiere a un sobrecargo o valor agregado que se paga por encima del precio base del café en los mercados internacionales. Este sobreprecio se justifica debido a la alta calidad y características únicas del café colombiano.

Los caficultores colombianos están asociados a la Federación Nacional de Cafeteros, esta organización les ofrece un apoyo considerable, desde asistencia técnica hasta programas de sostenibilidad y mejoramiento de la calidad. Su trabajo ha sido crucial para mantener el estándar de calidad del café colombiano. Algunos cafés colombianos tienen denominación de origen protegida, como el café de; Nariño, Cauca, Huila, Santander, Tolima y de Colombia. Esto significa que sólo pueden ser denominados así si cumplen con ciertos estándares y se cultivan en áreas específicas.

Estos elementos combinados crean un perfil de sabor distintivo que es suave, con notas frutales y a menudo un toque de caramelo o chocolate, lo que lo hace altamente valorado en el mercado internacional del café.

La innovación en la industria del café colombiano ha sido un componente clave para mantener su posición competitiva en el mercado global. Colombia ha adoptado técnicas agrícolas avanzadas que incluyen el uso de tecnología de precisión para mejorar la eficiencia del uso del agua y los fertilizantes, lo que no solo optimiza el crecimiento

del café sino también minimiza el impacto ambiental. Asimismo, se han desarrollado programas para el estudio y la siembra de variedades resistentes a enfermedades, como la roya del café, lo cual asegura la sostenibilidad a largo plazo de la producción⁶.

En el ámbito de los procesos post-cosecha, se están explorando y perfeccionando técnicas como el fermentado extendido y controlado, el uso de tanques anaeróbicos, y métodos de secado solar que mejoran el perfil de sabor del café. Estas técnicas permiten crear productos con características únicas que apelan a nichos de mercado específicos y gourmet. La innovación no se detiene en el café en grano; también se extiende a productos derivados como cápsulas de café, bebidas listas para tomar y concentrados de café que ofrecen conveniencia y nuevas experiencias al consumidor. Además, se ha visto un crecimiento en la oferta de café especializado y de origen único, que resalta las características únicas de las regiones específicas de Colombia⁷.

Colombia ha sido líder en implementar prácticas agrícolas sostenibles en la caficultura. Muchos productores están obteniendo certificaciones internacionales como Fair Trade, Rainforest Alliance, y Organic, que no solo aseguran prácticas sostenibles, sino que también abren puertas a mercados más lucrativos y conscientes⁸.

El uso de tecnologías como blockchain para mejorar la trazabilidad y transparencia del café es otra área de innovación. Esto permite a los consumidores conocer el origen exacto de su café y asegura una cadena de suministro justa para los productores. La innovación también se refleja en cómo las marcas como Juan Valdez® utilizan cafeterías y experiencias de marca para educar a los consumidores sobre el café premium y las prácticas de producción sostenible, creando así una conexión más profunda con el producto. Estas iniciativas de innovación no solo mejoran la calidad del café colombiano, sino que también fortalecen su reputación global, apoyan a las comunidades productoras locales y promueven la sostenibilidad ambiental y económica⁹.

El café colombiano es conocido por su alta calidad, con un perfil de sabor balanceado y notas distintivas. Esto justifica un precio más alto en comparación con cafés de otras regiones. En la tabla 1 proporciona un resumen claro de cómo cada una de estas certificaciones y normas contribuye específicamente a la mejora y sostenibilidad de la industria del café, desde la producción hasta la distribución, enfocándose en

⁶ Federación Nacional de Cafeteros <https://federaciondecafeteros.org>, [consultado el 2 de junio de 2024]

⁷ International Coffee Organization <https://icocoffee.org> [consultado el 2 de junio de 2024]

⁸ Christopher BACON (2005), pp. 497-511

⁹ Benoît DAVIRON y Stefano PONTE (2005), pp. 60- 200

áreas clave como la calidad, seguridad, y responsabilidad ambiental y social.

TABLA 1. CERTIFICACIONES Y NORMAS APLICADAS EN LA INDUSTRIA DEL CAFÉ

Certificación/ Norma	Enfoque Principal	Impacto en la Industria del Café
Fair Trade ¹⁰	Mejora condiciones de productores y trabajadores en países en desarrollo, garantizando prácticas éticas.	– Establece precios justos y financia proyectos comunitarios. – Protege contra la volatilidad del mercado. – Fomenta prácticas agrícolas sostenibles y relaciones comerciales estables. – Promueve la igualdad de género y la transparencia operativa.
Rainforest Alliance ¹¹	Protección del medio ambiente y derechos laborales en la producción agrícola.	– Conserva la biodiversidad y mejora las prácticas de uso del suelo y manejo de recursos. – Garantiza condiciones de trabajo seguras y justas. – Mejora la imagen de marca y facilita el acceso a nuevos mercados.
Organic ¹²	Promueve prácticas agrícolas sostenibles y sin químicos sintéticos.	– Asegura que los productos sean libres de pesticidas y químicos nocivos. – Favorece la salud del suelo y la conservación de recursos. – Los productos orgánicos a menudo alcanzan precios más altos en el mercado. – Reduce la dependencia de químicos, protegiendo la biodiversidad y la salud de consumidores y trabajadores.
ISO 9001:2015 ¹³	Establece criterios para un sistema de gestión de la calidad.	– Asegura la calidad constante del producto desde la cosecha hasta la distribución. – Mejora la eficiencia operativa y reduce el desperdicio. – Mejora el entendimiento de las necesidades del cliente y ajusta los productos a estas demandas. – Facilita el acceso a nuevos mercados y mejora la imagen de marca.

¹⁰ Zachary ROBICHAUD y Hong YU (2022), pp.2740-2760
¹¹ Thomas DIETZ, *et al.* (2020)
¹² Heppi SYFYA (2023), pp. 107-117
¹³ Normas ISO, <https://www.iso.org/es/contents/data/standard/06/20/62085.html> [consultado el 2 de junio de 2024]

Certificación/ Norma	Enfoque Principal	Impacto en la Industria del Café
ISO 14001-2015	Centrado en sistemas de gestión ambiental para mejorar el rendimiento ambiental.	– Identifica y controla impactos ambientales de la producción de café. – Fomenta un uso más eficiente de los recursos y reduce los costos. – Asegura el cumplimiento de regulaciones ambientales. – Mejora la imagen corporativa y aumenta la competitividad en mercados que valoran la sostenibilidad.
ISO 22000-2018	Norma internacional para sistemas de gestión de la seguridad alimentaria.	– Garantiza que el café es seguro para el consumo. – Ayuda a cumplir con regulaciones de seguridad alimentaria, evitando sanciones. – Mejora la confianza del consumidor en la seguridad del café. – Facilita la entrada a mercados con altos estándares de seguridad alimentaria.
ISO 45001-2018	Establece requisitos para sistemas de gestión de salud y seguridad ocupacional.	– Mejora la seguridad laboral y reduce los riesgos de accidentes. – Disminuye los costos relacionados con indemnizaciones y seguros. – Asegura el cumplimiento de leyes de salud y seguridad ocupacional. – Mejora la satisfacción laboral y la retención de empleados. – Mejora la imagen corporativa y facilita el comercio internacional en mercados que valoran la responsabilidad social.
Certified Management System ¹⁴	Se refiere a sistemas de gestión que han sido certificados para cumplir con estándares internacionales relacionados con la calidad, el medio ambiente, la seguridad y salud ocupacional, y la seguridad alimentaria.	– Ayuda a mantener altos estándares de calidad consistentemente, crucial para asegurar que el café cumple o supera las expectativas del consumidor. – Permite identificar y controlar impactos ambientales significativos. – Mejora la seguridad y salud en el trabajo. – Asegura que el café se procesa y distribuye bajo condiciones que mantienen su seguridad alimentaria.
BASC (Business Alliance for Secure Commerce) ¹⁵	Promueve prácticas de comercio seguro para evitar el uso de operaciones comerciales en actividades ilegales como el contrabando y el narcotráfico.	– Asegura medidas de seguridad robustas en toda la cadena de suministro del café. – Minimiza el riesgo de uso de operaciones logísticas para actividades ilegales. – Facilita el acceso a nuevos mercados internacionales, mejorando la imagen de marca. – Reduce costos mediante la prevención de robos y optimización de procesos aduaneros.

¹⁴ Leanne JOHNSTONE (2020), p. 118802

¹⁵ Luis Fernando PÉREZ y Miguel I GÓMEZ (2022), pp. 620-640

Certificación/ Norma	Enfoque Principal	Impacto en la Industria del Café
FNC- Operador Económico Autoriza- do como usuario exportador ¹⁶	Reconoce a las empresas como socios comerciales seguros y confiables en la cadena logística internacional.	– Proporciona facilidades en el proceso de exportación de café, incluyendo trámites aduaneros más rápidos y simplificados. – Aumenta la confianza entre los compradores internacionales y socios comerciales. – Facilita el acceso a nuevos mercados internacionales. – Mejora la eficiencia y reduce los costos operacionales en procesos de exportación.

Fuente: Elaboración propia.

Estas certificaciones pueden incrementar el precio del café debido a las prácticas de producción sostenible y ética que implican. La marca de café colombiano es muy fuerte internacionalmente, gracias en parte a campañas de marketing efectivas como las de Juan Valdez®. Este reconocimiento también contribuye a la prima del café.

El precio del café se negocia en el mercado internacional de commodities. El precio base generalmente se establece en mercados como la Bolsa de Nueva York para el café arábico. A este precio base, se le añaden las primas correspondientes por calidad, certificación y otros atributos. Algunas veces, los tostadores y distribuidores internacionales negocian directamente con los productores o cooperativas colombianas, acordando pagar una prima por garantizar un suministro constante de café de alta calidad o características específicas.

El pago de una prima es crucial para los productores de café en Colombia, ya que les permite mejorar sus prácticas de cultivo, invertir en infraestructura, y sostener a sus comunidades. Sin embargo, es importante que estas primas realmente lleguen a los agricultores, lo cual puede ser un desafío en cadenas de suministro complejas. Los precios internacionales del café pueden ser volátiles y afectar la estabilidad económica de los productores.

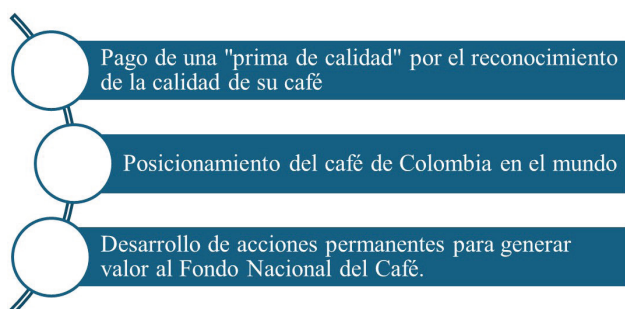
Asegurar que la «prima del café» pagada realmente beneficie a los productores de base y no se pierda en intermediarios es un desafío continuo. La prima del café colombiano es un aspecto vital de la economía cafetera del país, influyendo tanto en la sostenibilidad económica de los productores como en la percepción global del café colombiano como un producto de lujo y de alta calidad.

¹⁶ Federación Nacional de Cafeteros <https://federaciondefcafeteros.org/wp> [consultado el 2 de junio de 2024]

4. CASO MARCA JUAN VALDEZ®

Antes del lanzamiento de la icónica marca Juan Valdez®, la Federación Nacional de Cafeteros había introducido «Café Condor» en 1930. Sin embargo, esta marca no logró el reconocimiento esperado, en parte debido a un presupuesto limitado para publicidad y a que las empresas tostadoras veían a «Café Condor» como una amenaza competitiva. A pesar de no alcanzar el éxito comercial, esta experiencia fue valiosa para la Federación Nacional de Cafeteros, pues permitió identificar varias deficiencias. Entre las lecciones aprendidas estaba la necesidad de no competir directamente con las empresas tostadoras y de invertir en una estrategia publicitaria más robusta.

FIGURA 1. RELACIÓN CON LOS CAFICULTORES



Fuente: Elaboración propia. Tomado de: Juan Valdez Café | Tu café 100% colombiano en España.

En 1959, con el objetivo de penetrar de manera más efectiva el mercado de consumidores en Estados Unidos, la Federación Nacional de Cafeteros ideó una estrategia audaz: trasladar simbólicamente a los consumidores a Colombia para que experimentaran de primera mano sus suelos volcánicos, el aroma del café fresco en las mañanas, y la rica cultura cafetera del país. De esta visión nació el personaje de Juan Valdez®. Se eligió este nombre específicamente por su fácil pronunciación para los hablantes de inglés y porque representaba de manera auténtica al caficultor colombiano. Acompañado por su fiel mula Conchita, Juan Valdez® simboliza la tenacidad de los caficultores que recorren los Andes colombianos, superando desafíos geográficos para cultivar y ofrecer un café suave y de alta calidad. Esta figura se convertiría no solo en un símbolo poderoso del café colombiano, sino también en un emblema de la identidad nacional ante el mundo.

En el año 2002, con el objetivo de diversificar las líneas de negocio y maximizar los beneficios tanto para los caficultores como para la marca

Juan Valdez®, la Federación Nacional de Cafeteros fundó Procafécol S. A. Esta empresa fue establecida para gestionar y expandir varias áreas comerciales clave, que incluyen tiendas especializadas, presencia en grandes superficies, el canal institucional, y el comercio electrónico. Estas iniciativas están diseñadas para fortalecer el posicionamiento de la marca y asegurar un retorno sostenible para los productores de café que representan el corazón de la industria.

En la figura 1, se detalla la relación de Procafécol S.A. con los caficultores, para generar valor al café producido.

4.1. Política de calidad

Desde sus inicios, la Federación Nacional de Cafeteros ha priorizado convertir el café cultivado por los caficultores colombianos en un producto reconocido por su calidad. Este compromiso con la excelencia no solo ha asegurado la rentabilidad y sostenibilidad de los productores, sino que también ha garantizado el reconocimiento internacional del café colombiano. Este prestigio ha permitido que el café se comercialice a un precio superior, conocido como «prima de calidad». Esta estrategia ha sido un pilar de competitividad a lo largo del tiempo, sustentada por esfuerzos continuos en la producción y el control de calidad en todas las etapas del proceso: desde la siembra y recolección hasta la comercialización.

Es así como las pautas a seguir se encuentran recogidas en la Resolución 05 de 2018 del 27 de junio¹⁷, firmada por el Presidente del Comité Nacional de Cafeteros y por el Secretario General de la Federación Nacional de Cafeteros y algunas se relacionan a continuación:

- *Educación y Buenas Prácticas*: Programas para el manejo adecuado de plaguicidas.

- *Evaluación y Uso de Agroquímicos*: Estrategias desarrolladas por el Centro Nacional de Investigaciones del Café.

- *Monitoreo en la Cadena de Suministros*: Aseguramiento de la calidad continua del producto.

- *Control de Exportaciones*: Garantía de cumplimiento de estándares de calidad globales.

- *Colaboración con Autoridades*: Estrategias conjuntas para mejorar la gestión de calidad.

En la tabla 2 se señalan los aspectos asociados a la política de calidad.

¹⁷ Resolución 05 (2018) [Comité Nacional de Cafeteros y Federación Nacional de Cafeteros]

TABLA 2. COMPROMISOS DE LA POLÍTICA DE CALIDAD

Aspecto	Descripción
Sistema de calidad	Café Verde: Inspección visual para asegurar calidad de exportación.
	Café Pergamino Seco: Evaluación de humedad, rendimiento, contenido de defectos, y granulometría.
	Evaluación Sensorial: Prueba de la Taza por catadores profesionales para evaluar fragancia, sabor, acidez, cuerpo y balance.
Medio Ambiente	Manejo de Aguas Residuales y Reforestación.
	Investigaciones para Cafetales Resistentes y Control Biológico de Plagas.
	Reciclaje de Materia Orgánica y Beneficio Húmedo Ecológico.
	Secadores Solares: Uso de tecnología para maximizar la energía solar.
Lucha Contra Flagelos Sociales	Trabajo Infantil: Adherencia a convenios de la OIT.
	Trata de Personas y Equidad de Género: Siguiendo lineamientos de las Naciones Unidas y programas de inclusión.
	Lucha Contra el Narcotráfico y Lavado de Activos: Adherencia a normativas internacionales.
Seguridad Industrial y Salud Ocupacional	OHSAS 18001: Sistema de gestión para garantizar la seguridad y salud en el trabajo.

Fuente: Elaboración propia.

En la figura 2 (página siguiente), se desarrolla en propósito de la Federación dentro de las políticas de calidad con las que busca conocer las necesidades de sus clientes y a satisfacerlas a cabalidad.

4.2. POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN

Desde que los caficultores decidieron agruparse para crear la Federación Nacional de Cafeteros, se han mantenido su dos objetivos de:

- Representar y defender los intereses de los caficultores.
- Garantizar la compra de la cosecha.

Para dar cumplimiento a estos objetivos la Federación Nacional de Cafeteros avala mediante el sello correspondiente la comercialización del café y para ello desarrolla estrategias como las relacionadas en la tabla 3 (página siguiente).

FIGURA 2. COMPROMISO CON EL CONSUMIDOR



Fuente: Elaboración propia. Tomado de: Código-de-Etica_Digital2024.pdf (federaciondecafe-teros.org).

TABLA 3. ESTRATEGIAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ

<i>Creación de normas que regulen la exportación del café manteniendo la calidad del producto, en concordancia con las normas internacionales de calidad y exportación (OIC):</i>	Para ello la exportación del café verde en almendra se debe basar en la Resolución No. 5 del 6 de junio de 2002, donde se dan las especificaciones respecto a las características del grano, humedad, defectos físicos y procedimientos de análisis.
<i>Control de la exportación:</i>	Para garantizar un suministro continuo de café al mercado internacional, una calidad uniforme de exportación y un cumplimiento en los embarques, la Federación controla el cumplimiento de las normas establecidas por el Ministerio de Comercio Exterior, el cual exige la inscripción del exportador en el Registro Nacional de Exportadores de Café, trámite que debe realizarse ante este ministerio, de acuerdo con la Resolución 0355 de 2002. para diferentes tipos de café, sólo difieren en un requisito adicional para los dos últimos.
<i>Protección del «Café de Colombia» como Denominación de Origen:</i>	Considera esta una herramienta adicional para la defensa del buen nombre y reputación de los asociados con el Café de Colombia frente al consumidor.

<i>Implementación de la Denominación de Origen Café de Colombia:</i>	La Federación ha creado mecanismos de control del producto, desde el momento mismo de la siembra hasta el consumo final. De esta manera todos los procesos asociados con producción y comercialización están soportados por un marco legal y reglamentario que garantizan la calidad y trazabilidad del café como elementos esenciales para mantener la Denominación de origen.
<i>Programa 100 % Café de Colombia</i>	Teniendo en cuenta que una de las ventajas competitivas de los caficultores del café colombiano es la calidad, la Federación a través de este programa facilita a los caficultores la comercialización y promoción de marcas de café cuyo origen sea 100 % Café de Colombia, para poder acceder a canales de venta y a mayores precios por la materia prima vendida
<i>Desarrollo de campañas de promoción y publicidad</i>	Para posesionar el producto la Federación diseñó campañas de promoción del producto, para posicionar el café, estas han sido efectivas por cuanto los habitantes de los diferentes países tienen conocimiento respecto al Café Colombiano
<i>Comunicación a los consumidores sobre las ventajas del Café Colombiano:</i>	La Federación a través de campañas de publicidad ha logrado que los consumidores entiendan que no todo el café es igual y que la calidad de este está intrínsecamente atada al origen y a las condiciones de producción. Así los consumidores han demandado un café de mayor calidad
<i>Diseño de una MARCA</i>	Para tener una identidad específica la Federación creó una marca del producto, el cual ha mantenido a través del tiempo, llegando a ser reconocido por los consumidores nacionales e internacionales

Fuente: Elaboración propia.

4.3. Estrategias de sostenibilidad

En la tabla 4 (página siguiente) se señala la estrategia de sostenibilidad de la Federación Nacional de Cafeteros.

TABLA 4. ESTRATEGIAS DE SOSTENIBILIDAD

Eje	Subcategoría	Detalles
Económico	Precio	Busca el mejor precio en el mercado mediante posicionamiento y diferenciación. Implementa estrategias para reducir la volatilidad negativa del precio.
	Productividad	Motiva a los caficultores a cultivar variedades desarrolladas por Cenicafé para mejorar la productividad.
	Reducción de Costos	Proporciona conocimientos sobre nuevas tecnologías de recolección para reducir costos de producción. Desarrolla programas para optimizar costos logísticos en comercialización.
Ambiental	Sistemas de Producción	Conservación de recursos hídricos y control de su descontaminación. Reforestación y manejo sostenible de suelos y fertilización. Promoción de biodiversidad.
	Plan 100-100	Para 2027, busca que el 100 % de las fincas tengan criterios de sostenibilidad, reduciendo costos y comprometiéndose con el bienestar de los caficultores y la protección de la naturaleza.
	Campaña de Reforestación	«1 Millón de razones para sembrar árboles» iniciada en abril de 2022 para promover la plantación de árboles y aumentar la captura de carbono.
Social		Incluye educación, infraestructura, protección social, participación comunitaria, equidad de género, y empalme generacional.
Gobernanza		Fomenta la participación democrática, liderazgo, y comunicación efectiva entre los caficultores y la Federación.

Fuente: Elaboración propia.

5. RESULTADOS

Certificaciones Principales de Juan Valdez®

Para lograr posicionarse en el mercado Internacional Juan Valdez® ha implementado las siguientes certificaciones:

— *Fair Trade (Comercio Justo)*: Esta certificación garantiza que los productores y trabajadores reciben precios justos y condiciones laborales adecuadas, promoviendo un enfoque ético en el comercio.

— *Rainforest Alliance*: Esta certificación asegura que el café se produce bajo estrictos criterios ambientales, sociales y económicos

diseñados para proteger los ecosistemas, los trabajadores y las comunidades locales.

— *Organic (Orgánico)*: Certifica que el café se cultiva sin el uso de pesticidas, herbicidas u otros químicos sintéticos, enfocándose en prácticas agrícolas sostenibles y saludables para el medio ambiente.

Por otra parte, Juan Valdez® ha reflejado la calidad de sus productos en el Marketing de Juan Valdez® utilizando:

— *Uso de Sellos en Productos y Empaques*: Juan Valdez® utiliza los sellos de estas certificaciones de manera prominente en sus empaques de café y otros materiales promocionales. Estos sellos sirven como un símbolo rápido de calidad y compromiso ético para los consumidores.

— *Campañas Publicitarias y Comunicaciones*: En sus campañas publicitarias, Juan Valdez® a menudo destaca estas certificaciones para comunicar su compromiso con prácticas de producción responsables y de alta calidad. Estas campañas están diseñadas para informar a los consumidores sobre los beneficios del consumo de café certificado, no solo en términos de calidad del producto sino también en su impacto positivo en el medio ambiente y las comunidades productoras.

— *Educación al Consumidor*: A través de su sitio web y puntos de venta, Juan Valdez® ofrece información detallada sobre lo que implica cada certificación y cómo contribuye a un mejor producto y un mundo más justo. Esta educación al consumidor ayuda a construir una base de clientes informados que valoran y buscan activamente productos éticos y sostenibles.

— *Promociones Especiales y Colaboraciones*: Juan Valdez® a veces lanza promociones especiales o colaboraciones centradas en su café certificado. Estas iniciativas no solo aumentan las ventas, sino que también refuerzan su imagen de marca como líder en sostenibilidad y calidad en la industria del café.

— *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*: La inclusión de estas certificaciones en sus informes de RSC refuerza su imagen como una empresa socialmente responsable. Juan Valdez® utiliza estas certificaciones para demostrar su liderazgo en responsabilidad social y ambiental, aspectos cada vez más importantes para inversores y socios estratégicos.

6. CONCLUSIÓN

El uso estratégico de certificaciones en el marketing de Juan Valdez® no solo fortalece su posicionamiento como un productor de café de alta calidad y éticamente responsable, sino que también juega un

papel crucial en conectar emocional y éticamente con los consumidores. Esto no solo cumple con las expectativas actuales de los consumidores sobre sostenibilidad y ética, sino que también establece a Juan Valdez® como una marca de preferencia en el nicho de mercado del café premium.

En la tabla 5, se puede observar como en el competitivo mercado del café, las denominaciones de origen en Colombia no solo garantizan la calidad y autenticidad de sus productos, sino que también incorporan innovaciones significativas en los procesos de cultivo y producción. Estas innovaciones son fundamentales para adaptarse a los retos del cambio climático y las demandas de un mercado global. Paralelamente, las estrategias de marketing adoptadas por cada denominación son clave para posicionar estos cafés únicos en nichos de mercado altamente especializados y exigentes, aprovechando tanto canales tradicionales como digitales para maximizar su alcance e impacto.

**TABLA 5. RELACIÓN DE CAFÉ
CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

Denominación de Origen	Innovaciones al Producto	Estrategias de Marketing
Café de Cauca	Uso de variedades resistentes a enfermedades, prácticas agrícolas sostenibles.	Promoción de la trazabilidad y la historia de los productores, uso de etiquetas ecológicas y de comercio justo.
Café de Nariño	Micro-lotes y procesos experimentales de fermentación.	Enfoque en mercados de café de especialidad, eventos de cata y competencias de baristas.
Café de Huila	Implementación de técnicas avanzadas de secado y fermentación controlada.	Campañas de promoción centradas en la calidad y unicidad del perfil de sabor, colaboraciones con tostadores internacionales.
Café de Santander	Desarrollo de variedades adaptadas a las condiciones climáticas específicas.	Marketing que enfatiza la herencia cultural y la tradición cafetera de la región, participación en ferias internacionales de café.
Café de Tolima	Adopción de tecnología para mejorar la eficiencia en la recolección y el procesamiento.	Estrategias de storytelling sobre la resiliencia de los productores, asociaciones para la certificación de sostenibilidad.
Café de Colombia	Iniciativas nacionales para mejorar la infraestructura de procesamiento y exportación.	Campañas nacionales e internacionales que destacan la Denominación de Origen Protegida (DOP), alianzas con grandes cadenas y marcas de café.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 6, se puede observar como la riqueza en las regiones cafeteras de Colombia se refleja no solo en la diversidad de sus variedades de café, sino también en las características únicas que cada zona imparte a su producto. Cada denominación de origen trae consigo una historia de técnicas de cultivo, perfiles de sabor y aromas que son meticulosamente preservados y mejorados. Las certificaciones comunes asociadas a estos cafés destacan su conformidad con estándares de calidad, sostenibilidad y comercio justo, fortaleciendo así su reputación en los mercados internacionales y asegurando una producción responsable.

TABLA 6. CERTIFICACIONES A CAFÉS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Denominación de Origen	Variedades de Café Comunes	Descripción	Certificaciones Comunes
Café de Cauca	Caturra, Castillo, Colombia, Typica, Borbón	Café cultivado en altitudes de 1,200 a 2,000 metros sobre el nivel del mar, conocido por su clima ideal que contribuye a un café con características únicas.	Rainforest Alliance, Fair Trade, Organic
Café de Nariño	Caturra, Castillo, Typica, Borbón, Variedad Colombia	Se cultiva en altitudes extremadamente altas y cerca del ecuador, resultando en un café con una exposición solar intensa y temperaturas constantes, ideal para el cultivo del café.	Rainforest Alliance, Fair Trade, Organic
Café de Huila	Caturra, Castillo, Borbón, Typica, Geisha	Proviene de suelos volcánicos en altitudes de entre 1,200 y 1,800 metros, lo que aporta características distintivas al café como una acidez y complejidad notables.	Denominación de Origen Protegida (DOP), Rainforest Alliance, Fair Trade
Café de Santander	Caturra, Castillo, Borbón, Typica	Cultivado en un clima templado y suelos ricos en altitudes de entre 1,200 y 1,800 metros, resultando en un café con un perfil de sabor equilibrado y rico.	Rainforest Alliance, Fair Trade
Café de Tolima	Caturra, Castillo, Typica, Borbón, Colombia, Tabi	En esta región, las variaciones en clima y suelo permiten una diversidad de perfiles de sabor, cultivándose en altitudes variadas que enriquecen la calidad del café.	Rainforest Alliance, Fair Trade, Organic

Denominación de Origen	Variedades de Café Comunes	Descripción	Certificaciones Comunes
Café de Colombia	Caturra, Castillo, Typica, Borbón, Colombia, Tabi	Denominación más amplia que cubre varias regiones, garantizando café producido bajo condiciones específicas de altitud y clima que son ideales para la producción de café de alta calidad.	Denominación de Origen Protegida (DOP), Rainforest Alliance, Fair Trade, Organic

Fuente: Elaboración propia.

Las denominaciones de origen del café colombiano juegan un papel crucial en la preservación de la herencia cafetera y en la promoción de prácticas de cultivo sostenibles. A través de innovaciones continuas y estrategias de marketing efectivas, estos cafés no solo mantienen su competitividad en mercados globales, sino que también ofrecen a los consumidores una experiencia única de sabor y calidad. Esta integración de calidad, sostenibilidad y mercadeo asegura que el café colombiano siga siendo altamente valorado y preferido por consumidores de todo el mundo.

7. REFERENCIAS

BACON, Christopher (2005), «Confronting the coffee crisis: can fair trade, organic, and specialty coffees reduce small-scale farmer vulnerability in northern Nicaragua?», *World development*, vol. 33, núm. 3.

Contrato De Administración Del Fondo Nacional Del Café. firmado por [Presidente de la República de Colombia (Juan Manuel Santos Calderón), Ministro de Hacienda y Crédito Público (Mauricio Cárdenas Santamaría) y Gerente General de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Roberto Vélez Vallejo)] 7 de julio de 2016. 2024 de mayo de 29. <https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2019/10/FIEL-COPIA-DEL-ORIGINAL-DEL-CONTRATO-DE-ADMINISTRACION-DEL-FoNC.pdf>.

DAVIRON, Benoit y PONTE, Stefano (2005), *The coffee paradox: Global markets, commodity trade and the elusive promise of development*, United Kingdom: Zed books.

DIETZ, Thomas, CHONG Andrea Estella, GRABS, Janina y KILIAN Bernard (2020), «How effective is multiple certification in improving the economic conditions of smallholder farmers? Evidence from an impact evaluation in Colombia’s Coffee Belt», *The Journal of Development Studies*, vol. 56, núm. 6.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA – COMITÉ NACIONAL DE CAFETEROS (2023), *Código de ética y buen gobierno*, Bogotá. pp.61-66. https://federaciondecafeteros.org/app/uploads/2024/02/Co%CC%81digo-de-Etica_Digital2024.pdf.

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA. *Federación Nacional de Cafeteros de Colombia*. 2024 de junio de 1. <https://federaciondecafeteros.org/federacion/quienes-somos/>.

- HOYOS-ESTRADA, Sherly (2021), «Marketing, Gestión de la Calidad Total y Benchmarking: una revisión de la literatura», *Revista científica anfibios*, 4(2), pp. 64-71. <https://doi.org/10.37979/afb.2021v4n2.96>.
- JOHNSTONE, Leanne (2020), «A systematic analysis of environmental management systems in SMEs: Possible research directions from a management accounting and control stance», *Journal of cleaner production*, vol. 244.
- JUAN VALDEZ. *Procafecol S.A – Quienes somos*. 28 de mayo de 2024. <https://juanvaldez.com/quienes-somos/>.
- KELLER, Kevin Lane (2021), «The Future of Brands and Branding: An Essay on Multiplicity, Heterogeneity, and Integration». *Journal of Consumer Research*, Vol. 48, Issue 4, December, p. 527-540, <https://doi.org/10.1093/jcr/ucab063>.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary (2008) «Fundamentos de Marketing», 8.º ed., México DF, Pearson.
- Longbottom, David, Mayer, Richard, y Casey, James (2000), «Marketing, total quality management and benchmarking: exploring the divide». *Journal of Strategic Marketing*, 8(4), pp 327-340.
- MURRAY, Douglas L (2007), «The Coffee Paradox: global markets, commodity trade and the elusive promise of development by B. Daviron and S. Ponte London and New York: Zed Books, 2006. Pp. 288.£ 16.95 (pbk.)», *The Journal of Modern African Studies*, vol. 45, núm. 2.
- NORMAS ISO, (2024), 3 de junio de 2024, <https://www.iso.org/es/normas>.
- PABÓN, Jenny y OSORIO, Valentina (2024), *Factores e indicadores de la calidad física, sensorial y química del café*. Biblioteca cenicafe.org, pp.176-185», 30 de mayo. <https://biblioteca.cenicafe.org/bitstream/10778/4227/1/Cap07.pdf>.
- PARENTE-LAVERDE, Ana María. (2017), «Reseña de M. Reina, G. Silva, L. Samper y M. Fernández, Juan Valdez: la estrategia detrás de la marca», *Innovar*, vol. 27, núm. 66, p. 185-187.
- PÉREZ, Luis Fernando y GÓMEZ, Miguel I. (2022), «Public-private strategies to establish a successful avocado export cycle: cases from Colombia. Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies». vol. 12, núm. 4.
- REINA, Mauricio, SAMPER, Luisa Fernanda y FERNÁNDEZ, María (2012), *Juan Valdez, la estrategia detrás de la marca*, Bogotá: Ediciones B.
- Resolución del 5 de 2018. Por la cual se establecen los lineamientos de la política de prevención y control para garantizar la calidad del café para exportación a los mercados internacionales*. Bogotá: [Comité Nacional de Cafeteros y Federación Nacional de Cafeteros de Colombia], 27 de junio.
- ROBICHAUD, Zachary, y Hong, YU (2022), «Do young consumers care about ethical consumption? Modelling Gen Z's purchase intention towards fair trade coffee», *British Food Journal*, 2022: vol. 124, núm. 9, p. 2740-2760.
- SORET-LOS SANTOS, Ignacio y DE OBESO-ARIAS, María de las Mercedes (2020), *Gestión de la calidad*, Madrid, ESIC.
- SYOFYA, Heppi (2023), «The Effect of Environmental Sustainability and Value Chain Concept in the Context of Local Economy on Value Added of Coffee Commodities in Kerinci». *West Science Business and Management*, vol. 1, núm. 3.

LA IDENTIDAD DIGITAL DE LOS MENORES Y SU EFECTO EN SU PROCESO DE FORMACIÓN

Blanca BALLESTER CASANELLA
EAE Business School, Barcelona

Albert ARISÓ CRUZ
EAE Business School, Barcelona

1. INTRODUCCIÓN

El fácil acceso y la propia evolución de las redes sociales, ha dado lugar a que hoy en día la mayoría de las personas dispongan de al menos un perfil en internet, donde suben sus vídeos y fotos, compartiendo así con sus seguidores su día a día. Dentro de esa práctica también hay quienes se aventuran a compartir fotos de sus hijos, hasta el punto de incluso, subir sólo fotos de los mismos con afán mostrarlos.

Esta tendencia es conocida con el nombre de *sharenting* que es el anglicismo de la conjunción de *share* (compartir) y *parenting* (crianza). De hecho, el *Collins English Dictionary* lo define cómo «el uso habitual de las redes sociales para compartir noticias, imágenes de los propios hijos»¹. Dicho fenómeno, es también definido por la doctrina, como aquel en virtud del cual, los progenitores comparten en las redes sociales todo tipo de información personal, especialmente fotografías, de sus hijos². A pesar de que, aparentemente, puede no conllevar ningún

¹ Traducción propia del concepto contenido en el Collins English Dictionary que indica como definición de *sharenting* «the habitual use of social media to share news, images, etc. of one's children».

² Julia AMMERMAN YEBRA (2018), p. 254.

peligro, esta nueva práctica social esta exponiendo de manera continuada a los menores sin tener en absoluto en cuenta, por un lado, la huella digital que dejan las fotos en internet, y, por otro lado, también están ignorando que ellos no han dado en ningún momento su consentimiento para subir ese contenido.

No hay que olvidar que cuando subimos una foto a internet, se deja de tener la propiedad de esa foto, pudiendo el resto de los usuarios o seguidores de la red social en cuestión, capturarla, modificarla y utilizarla. Por todo ello, no podemos más que calificar como temeraria esta nueva tendencia, más aún cuando un fenómeno tan peligroso como la pederastia, hace uso indiscriminado de fotografías colgadas en internet, para modificarlas y luego difundirlas.

Ante esta cuestión, se podrían adoptar varias posturas, una sería no compartir imágenes de los menores o hacerlo de manera que no se permita su identificación. Otra sería llevar a cabo una configuración privada de la cuenta de manera que sólo los padres pudieran acceder. Y, por último, estaría la posibilidad de no establecer límites a la identificación del menor ni establecer una identificación privada del mismo, de manera que cualquier usuario pudiera acceder a la información, creando y definiendo su identidad digital sin su consentimiento, identidad digital que supone, en definitiva, la traslación de la identidad física al mundo *online*³.

La identidad digital se conforma, no solo por las imágenes, sino también por el resto de información publicada, e incluye datos personales, comentarios, amistades, y el contenido que marcamos como me gusta, entre otras cuestiones⁴.

Por ello, habría que plantearse porque en el ámbito escolar, se han extendido entre los niños y adolescentes los problemas de estrés, ansiedad y depresión a menudo fruto de graves trastornos de personalidad y crisis de identidad. La presencia de los menores en los medios de comunicación no es una novedad, ahora bien, no es comparable ni la frecuencia de la exposición, ni el alcance que tienen las redes sociales frente a los medios tradicionales porque, con el tiempo, esas publicaciones pasan a formar parte de la reputación en línea de los más jóvenes, lo que puede derivar en situaciones perjudiciales como el *grooming*, *bullying*, el acoso o la suplantación de identidad.

Conforme al artículo 12 de la Constitución Española⁵ (a partir de ahora CE) es menor de edad aquella persona que no es mayor de 18 años. Y en relación al concepto relativo a las redes sociales, tenemos

³ María, PLANAS BALLVÉ (2020), pp. 223-238.

⁴ David IBÁÑEZ SENDINO (2022), p.16.

⁵ Constitución Española. (BOE núm. 311, de 29 de diciembre de 1978). [https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/\(1\)/con](https://www.boe.es/eli/es/c/1978/12/27/(1)/con)

que la Agencia Española de Protección de Datos las define como los servicios prestados a través de internet que consienten a los usuarios «generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado»⁶.

Sabemos que las redes más populares en las que se puede llevar a cabo la difusión de imágenes e información de los menores son *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Snapchat*, *WhatsApp*, *twitch* y *TikTok*. Ahora bien, cada red social tiene una configuración de privacidad diferente y sería importante que se conocieran las principales diferencias antes de subir contenido a las mismas, particularmente si este incluye a los menores de edad⁷.

Nuestro objetivo es pues, analizar los riesgos que puede llegar a producir la práctica del *sharenting* y si esta práctica, puede suponer una vulneración al derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen de los menores, así como una vulneración de la regulación de la Protección de Datos en nuestro país, afectando a la larga a su autoestima, su formación y a sus relaciones sociales. Y es que como veremos más adelante, se han realizado varios estudios que respaldan las secuelas psicológicas en relación al *sharenting* y la exposición de la infancia en redes sociales, puesto que puede estar relacionada con problemas graves de depresión, ansiedad y falta de autoestima entre los más jóvenes.

2. METODOLOGÍA

2.1. Investigación cuantitativa

A nivel metodológico, el presente trabajo constituye una revisión sistemática que ha implicado recopilar y resumir toda la información conocida acerca del marco jurídico en el que se encuadra la práctica del *sharenting*, puesto que se pretende plantear si este es suficiente o deja lagunas sobre las que el legislador debería trabajar en el futuro.

Para la consecución de este objetivo, se han examinado los principales artículos científicos de perspectiva jurídica sobre esta práctica publicados en los últimos años. Así como los principales textos jurídicos, más concretamente, hemos analizado la C.E; la Ley de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen de 1982⁸, la Ley de protección jurídica del menor de

⁶ Agencia Española de Protección de Datos (AEPD). <https://www.aepd.es>

⁷ Pablo MARTÍN-RAMALLAL, y Mercedes RUIZ-MONDAZA (2022), p.31

⁸ Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. (BOE núm. 115, de 14/05/1982). Disponible

1996⁹, la Ley de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales de 2018¹⁰ y la Ley de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia de 2021¹¹. Se han incluido en la investigación, aunque con menor grado de profundidad, los principales textos y compilaciones jurídicas del marco europeo, así como del resto de organizaciones internacionales, y otros documentos jurídicos nacionales como instrucciones y reglamentos. Así mismo, se ha complementado esta información con el estudio de la jurisprudencia más reciente, en concreto las sentencias dictadas por el Tribunal Supremo y Audiencias Provinciales.

El trabajo consta principalmente de dos partes, la primera incluida en el apartado introductorio, en la que se especifican algunos de los conceptos necesarios para el estudio de la materia, como es la definición de menor de edad, los derechos de los menores de edad, la huella digital, así como información del *sharenting* necesaria para comprender dicha práctica.

La segunda parte o análisis jurídico, se halla tratada en el próximo apartado relativo a los resultados de nuestra investigación, en ella hemos localizado el marco normativo y así mismo, hemos procedido a su estudio en aras de establecer un criterio que nos permita llevar a cabo nuestras conclusiones al respecto de las cuestiones analizadas.

3. RESULTADOS

Los principales resultados indican que, si bien hay un buen marco legal general, no hay en nuestro ordenamiento ningún precepto jurídico específico para la práctica del *sharenting*. Esto conduce a que la práctica no encaje en ocasiones con la legislación vigente, principalmente porque quienes cometen esta intromisión son los padres, quienes son a su vez los principales agentes de protección.

Por ello, fruto de nuestro trabajo de investigación, tenemos como resultado más relevante, la necesidad de desarrollar una normativa específica, que aborde de manera explícita las posibles vulneraciones

en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1982-11196>.

⁹ Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. (BOE núm. 15, de 17/01/1996). Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1069>.

¹⁰ Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. (BOE núm. 294, de 6 de diciembre de 2018, pp. 119788 a 119857). Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2018-16673>.

¹¹ Ley Orgánica 8/2021, de 4 de junio, de protección integral a la infancia y la adolescencia frente a la violencia (BOE núm. 134, de 05/06/2021). Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2021>.

que se pueden llevar a cabo a través del *sharenting*, para proteger lo más valioso que hay en la sociedad, los menores.

Desde la aprobación del Tratado de Lisboa¹², la protección de los derechos del niño es uno de los objetivos de la Unión Europea. Sobre los derechos que nos atañen, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948¹³ recoge que «nadie será objeto de injerencias arbitrarias en su vida privada ni ataque a su honra o reputación».

Mención aun más específica a los menores, hace el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966¹⁴ cuando reconoce que «todo niño tiene derecho, sin discriminación alguna a las medidas de protección que su condición de menor requiere, tanto por parte de su familia como de la sociedad y del Estado».

La C.E establece en su artículo 10, que el orden político y la paz social se fundamentan en «la dignidad de la persona, los derechos inviolables que le son inherentes, el libre desarrollo de la personalidad, el respeto a la ley y a los derechos de los demás». En el artículo 18 y siguientes, se garantiza el derecho «al honor, a la intimidad personal y familia y a la propia imagen» y en su apartado cuarto, es donde se establece que, por Ley, se podrá limitar el uso de la informática para garantizar dichos derechos fundamentales. Así mismo, conforme al artículo 24.1 del texto constitucional, todas las personas tienen derecho a la tutela efectiva de sus derechos por parte de los jueces y tribunales, esto incluye, evidentemente, a las personas menores de edad.

Además de este nivel común de protección, los artículos de la primera sección a los que se denomina fundamentales y entre los que se incluyen la protección al honor, la intimidad y la propia imagen, gozan de un nivel de protección superior. Esta consideración de derechos fundamentales abarca, conforme al segundo apartado del artículo 53, desde el artículo 14 hasta el 29. En virtud de los mismos, cualquier ciudadano podrá reclamar su tutela frente a un tribunal ordinario en un procedimiento caracterizado por los principios de preferencia y de sumariedad, así como la posibilidad de interponer recurso de amparo frente al Tribunal Constitucional conforme al mismo apartado.

¹² *Tratado de Lisboa por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea y el Tratado constitutivo de la Comunidad Europea* (2007/C 306/01). <https://www.boe.es/doue/2007/306/Z00001-00271>.

¹³ La Declaración Universal de los Derechos Humanos es un documento que marca un hito en la historia de los derechos humanos. Elaborada por representantes de todas las regiones del mundo con diferentes antecedentes jurídicos y culturales, la Declaración fue proclamada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en París, el 10 de diciembre de 1948 en su (Resolución 217 A (III)) <https://documents.un.org/doc/resolution/gen/nr0/046/82/pdf/nr004682.pdf?token=XRIufFrTEU6tzH5aw7&fe=true>.

¹⁴ Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos Adoptado y abierto a la firma, ratificación y adhesión por la Asamblea General en su resolución 2200 A (XXI), de 16 de diciembre de 1966. https://www.ohchr.org/sites/default/files/ccpr_SP.pdf.

En definitiva, la Constitución Española de 1978 recoge que el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen, son derechos fundamentales que toda persona posee, que gozan de especial protección en nuestro sistema jurídico, y para cuya protección se pueden limitar otros derechos fundamentales como el de libertad de expresión, así como el uso de las tecnologías.

Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, cumple con el mandato constitucional de regular mediante Ley Orgánica, lo relativo a los derechos fundamentales, en este caso concreto y como se recoge en el propio título, la protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

Esta protección de los derechos no es infinita, pues se encuentra limitada, conforme al artículo 2.1 de la citada Ley, por el consentimiento del interesado, que debe ser expreso y revocable. La regulación específica relativa al consentimiento de las personas menores de edad viene recogida en el artículo 3.1 de la Ley, siendo las mismas que las previstas para las personas que tienen reconocida una limitación a su capacidad, estableciéndose para ambos, que en aquellos casos en los que sea posible por su madurez, deberán ser ellos mismos quienes presten el consentimiento. En caso contrario, será su representante legal por escrito quien lo otorgará. Este consentimiento del representante se debe poner en conocimiento del Ministerio Fiscal y si dicho representante se opusiera, deberá resolver un Juez esa cuestión conforme al artículo 3.2.

Así pues, debemos partir de la base que el que tiene el derecho sobre la imagen del menor es el propio menor, por esa razón el artículo 18.1 de la Constitución Española establece, que el derecho a la propia imagen es un derecho de la personalidad, atribuido a quien tiene la facultad de disponer de su aspecto físico e identificación.

El Tribunal Supremo en la Sentencia núm. 383/2015 de 30 junio, también menciona este derecho como un derecho de la personalidad, indicando que es únicamente el titular el que tiene derecho a publicar y difundir su propia imagen pudiendo impedir la reproducción y difusión de la misma, sin perjuicio de cual sea la finalidad de esta. En el caso de los menores, en concreto señala «que siempre que no medie el consentimiento de los padres o representantes legales, en ausencia del Ministerio Fiscal, la difusión de cualquier imagen de estos ha de ser reputada contraria al ordenamiento jurídico»¹⁵.

Dicho esto, es importante recalcar que el derecho a la propia imagen es un derecho autónomo pero que está estrechamente relacionado con el derecho al honor, la intimidad y la vida familiar. Ejemplo de ello

¹⁵ STS, Sala de lo Civil, 30 de junio de 2015, sentencia núm. 383/2015, recurso núm. 2895/2013, Aranzadi RJ\2015\2661.

es el *sharenting*, puesto que suele vulnerar al mismo tiempo el derecho a la propia imagen y a la intimidad.

El Tribunal Supremo en la Sentencia de 22 de enero de 2014, recurso núm. 1305/2011 nos dice que: «Si la publicación de la imagen de una persona afecta a su derecho a la propia imagen, pero también a su derecho al honor o a su derecho a la intimidad, el desvalor de la conducta enjuiciada aumenta, como declara la sentencia del Tribunal Constitucional 14/2003, a medida que vulnere más de uno de estos derechos»¹⁶.

Por otra parte, tampoco es un derecho absoluto, sino que tiene sus limitaciones, el Tribunal Supremo se ha pronunciado respecto a este tema varias veces, una de ellas es en la Sentencia núm. 21/2014 de 27 enero¹⁷. En ella indica que efectivamente el derecho a la imagen no es un derecho absoluto y tiene limitaciones, puesto que puede entrar en conflicto con otros derechos fundamentales como el derecho a la información y a la libre expresión. Motivo por el cual, la misma sentencia nos remite a La Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, que nos da una serie de limitaciones. En concreto nos remite al artículo 2 que establece lo siguiente: «La protección civil del honor, de la intimidad y de la propia imagen quedará delimitada por las leyes y por los usos sociales atendiendo al ámbito que, por sus propios actos, mantenga cada persona reservada para sí misma o su familia».

En relación con los usos sociales, entendidos como lo que de manera más usual es costumbre hacer, vemos que lo más usual a nivel social, era mostrar la imagen de los menores en fotografías que quedaban circunscritas al entorno familiar, o en fotografías que se mostraban en un entorno escolar. Dichas prácticas eran totalmente acordes a los usos sociales motivo por el cual se consideraban actos legítimos. Pero a día de hoy, con el fenómeno del *sharenting*, las acciones que antes se consideraban dentro de la legalidad y de lo que se consideraba aceptable en nuestra sociedad ya no lo es, precisamente por la falta de control que las redes pueden darle a dicha imagen gracias a Internet¹⁸.

Por tanto, dependiendo de los usos sociales y la legislación existente, habrá intromisión ilegítima o no, aunque de todas formas, en los casos en los que se deba ponderar entre dos derechos fundamentales,

¹⁶ STS, Sala de lo Civil, 22 de enero de 2014, sentencia núm. 11/2014, recurso núm. 1305/2011, VLEX 490075970.

¹⁷ STS, Sala de lo Civil, 27 de enero de 2014, sentencia núm. 21/2014, recurso núm. 2363/2011, Aranzadi RJ\2014\682.

¹⁸ Carmen FLORIT FERNANDEZ (2022), p.18.

si son los intereses de los menores los que se ven afectados, el ordenamiento jurídico otorga una especial protección al interés del menor¹⁹.

En efecto, el Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre²⁰, establece que las fotografías de los menores se consideran datos de carácter personal, requiriéndose autorización expresa para su difusión en base a la Ley Orgánica de 1/1982 relativa a la Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen. Sin embargo, esta ley establece también que, en el caso de los menores que aun no tienen madurez suficiente, serán sus representantes legales quienes deben otorgar la autorización para la difusión de sus fotografías.

En caso de que entre estos no haya acuerdo respecto a si publicar o no fotografías del menor en redes, el progenitor en cuestión podrá acudir a la jurisdicción correspondiente en aras de obtener la correspondiente autorización. Estos términos se manifiesta la Audiencia Provincial de Pontevedra en su Sentencia de 4 de junio de 2015²¹, y en la misma línea también se pronuncia la Audiencia Provincial de Navarra en su Sentencia 116/2020, de 26 de febrero²².

No obstante, aunque pueda ser necesario obtener la autorización judicial para llevar a cabo la publicación de la fotografía del hijo o hijos comunes de las partes, ello no significa que necesariamente se deniegue su publicación. En este sentido, se pronuncia la Audiencia Provincial de Barcelona, en su Sentencia de 22 de abril de 2015²³ al determinar que cuando la publicación de las fotografías de los menores en redes sociales destinada únicamente a los familiares y a las amistades cercanas, no se estaría vulnerando el derecho a la imagen del menor.

Como resultado de la presente investigación, hemos constatado que los progenitores se consideran legitimados a la hora de subir imágenes de sus hijos a redes sociales, sin ser conscientes del daño que pueden hacer a esos menores en un futuro. De hecho, un estudio sobre el uso de redes realizado en Estados Unidos en 2017, concluyó que el 92 % de los menores tiene identidad digital en los dos primeros años de vida, ante esta información algunos autores²⁴ son firmes en que una de las consecuencias del *Sharenting*, es la creación prematura de identidad

¹⁹ STS, Sala de lo Civil, 14 de febrero de 2023, sentencia núm. 249/2023, recurso núm. 2936/2022, VLEX 923725136

²⁰ Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. (BOE núm. 17, de 19/01/2008). <https://www.boe.es/eli/es/rd/2007/12/21/1720/con>.

²¹ SAP de Pontevedra, sección 2.ª, recurso núm. 223/15, de 4 de junio de 2015.

²² SAP de Navarra, sección 3.ª, recurso núm. 116/2020, de 26 de febrero en la que se establece que «*siendo la patria potestad compartida, la objeción de la madre a que se publiquen fotografías de su hijo menor es motivo suficiente para que el padre y su pareja se abstengan de publicarlas, aunque no supongan ningún perjuicio para el niño*».

²³ SAP de Barcelona, sección 18.ª, recurso núm. 223/ 2015, de 22 de abril de 2015.

²⁴ Ainoa GARCÍA GARCÍA (2021), pp.455-492.

digital y que por ello «el ejercicio responsable de la patria potestad debería poder brindar a los menores la capacidad de crear su propia huella digital».

Otros autores²⁵, también destacan la importancia de que sea el propio adolescente el que diseñe su identidad digital y de que esta se genere fruto del uso voluntario y libre de las redes, lo que puede no verse garantizado si esta se genera por la información compartida por terceros. Señalan la falta de conciencia de los padres sobre este punto, pues, en vez de ejercer el rol de protección que se les asigna por la patria potestad, están creando de manera poco consciente y de manera prematura, la huella digital de sus hijos, de ahí la importancia de que los progenitores cuenten con información suficiente.

A pesar de estos datos, la mayoría de los autores concluyen que esta difusión abusiva de imágenes del menor por parte de sus progenitores está ocasionada sobretodo, por la falta de reflexión a la hora de ponderar el justo equilibrio entre su libertad de expresión y el derecho a la protección del menor²⁶.

4. DISCUSIÓN

Los menores están en las redes sociales sin ser usuarios (en su mayoría) de estas, pues quienes suben toda esta información son sus familiares más cercanos, principalmente, sus progenitores. La cuestión es, si la presencia de los menores en redes plantea un conflicto entre la libertad de los padres y el derecho al honor, a la propia imagen y a la intimidad de los menores de edad.

Esa manera de compartir información, no suele estar motivada por un deseo de dañar, sino más bien por la falta de reflexión y de conciencia sobre las acciones que se llevan a cabo, pero esta falta de voluntad no impide la realización del daño. De hecho, no son pocos los *influencers* que obtienen un cuantioso rédito fruto del contenido que comparten, ya sea a través de patrocinios, publicidad o regalos por parte de las marcas y empresas. En toda esta cuestión económica también están implicados los menores, pues su presencia en las imágenes y vídeos constituye un fuerte reclamo. De hecho, algunos de los *influencers* más reconocidos han podido hacer de las redes su profesión y abandonar el mundo laboral tradicional.

Una vez expuesta la problemática, conviene averiguar en primer lugar, dónde se encuadra esta práctica en nuestro ordenamiento jurídico y también conviene preguntarnos si están suficientemente protegidos los

²⁵ Anna BROSC (2018), p. 77.

²⁶ Lucía VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ (2022), p. 1145.

menores cuando los padres, haciendo uso de su patria potestad, deciden llevar a cabo esta práctica. Y es que no podemos obviar que cuando subimos una foto a internet, se deja de tener la propiedad de la misma, pudiendo el resto de los usuarios o seguidores de esa concreta red social capturarla, modificarla y llegar a utilizarla. Así las cosas, tenemos que calificar como peligrosa esta nueva tendencia de *sharenting*, más aún cuando la pederastia se nutre de fotografías colgadas en internet que modifica para su difusión.

Como ya hemos tenido la ocasión de mencionar, es muy relevante atender a la llamada huella digital imborrable que se genera una vez subida una foto a internet, ya que pasa a ser accesible a terceros. Si tenemos en cuenta que deja de ser nuestra, es evidente que en un futuro los menores hijos de las personas que han difundido esa foto, acaben estando en total desacuerdo con esas publicaciones.

Si además tenemos en cuenta que puede dar lugar a una práctica cada vez más extendida entre los adolescentes, como es el *ciberacoso* mediante fotos tomadas hace años, hemos de plantearnos también como objeto de discusión, hasta que punto el *sharentig* está facilitando dicha práctica.

También nos encontramos con otras prácticas muy dañinas para los menores y llevadas a cabo por adultos, entre otras podemos citar la pedofilia, la suplantación de identidad, el fraude o el acoso a través de las redes sociales, práctica conocida como *grooming*.

Por tanto, sobreexponer a los menores en internet puede ser realmente peligroso para ellos ya que, no solo estamos ante la difusión publica de su imagen, sino que puede implicar riesgos reales cuando pueden identificarse lugares o *geolocalizar* al menor.

Otra problemática que es objeto de discusión, es que ocurre cuando los progenitores se han divorciado, y uno de ellos decide llevar a cabo *sharentig* sin el consentimiento del otro. Esa es una realidad de la que se ha hecho eco la jurisprudencia más reciente²⁷, puesto que los padres no suelen ponerse de acuerdo fácilmente sobre este extremo.

Por último, también es relevante poner en tela de juicio, hasta que punto pueden los hijos, una vez alcanzada la madurez suficiente (partir de los doce o catorce años el menor se le considera capacitado para decidir sobre su imagen), pueden demandar a sus padres por subir fotos suyas, configurando su identidad digital y privándole de la potestad de decidir sobre algo tan propio, como son sus datos e imagen. Y es que a pesar de que lo más responsable es no subir fotos de menores a las

²⁷ Estefanía JIMENEZ IGLESIAS, Angeriñe ELORRIAGA-ILLERA, Sergio MONGE-BENITO, Elena OLABARRI-FERNÁNDEZ (2022), p. 54.

redes sociales, como estamos constatando, la realidad social es muy distinta.

5. CONCLUSIONES

Se puede concluir, que el *sharenting* como práctica fruto de una actuación sin reflexión, suele conllevar la vulneración de los derechos fundamentales de los menores de edad, de ahí la importancia de que los padres tomen medidas para proteger la privacidad y seguridad de sus hijos en línea, puesto que puede generar consecuencias negativas en su formación, así como en su de capacidad de relacionarse en un entorno educativo.

Tal y como hemos visto, el derecho a la propia imagen, previsto en el artículo 18.1 de la C.E, es concebido como un derecho de la personalidad por el que se atribuye a quien lo ostenta, la facultad de disponer de la representación de su aspecto físico, el cual permite su identificación.

En concreto, en lo concerniente a las fotografías, hemos constatado que en virtud del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, la representación fotográfica del menor se considera un dato de carácter personal. En base a dicha premisa, para poder disponer de esa imagen mediante una foto, será necesaria la autorización expresa de la persona, puesto que los art. 2 y 3 de la Ley Orgánica de 1/1982 relativa a la Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen así lo prevé. Por otra parte, en los casos de los menores e incapaces que no gocen de un grado de madurez suficiente, ese consentimiento tiene que ser otorgado por su representante legal (art.3), dicha representación legal de los hijos menores de edad, suele ser ejercida por ambos progenitores ya que ostentan su patria potestad.

Por todo ello, también podemos concluir que en el caso de que los progenitores se hayan divorciado y uno de ellos decida llevar a cabo *sharentig*, ambos padres deberán estar de acuerdo en esta decisión, ya sea con consentimiento expreso o tácito, y, en caso de desacuerdo, podrán solicitar ante el Juez, la incoación de un expediente de jurisdicción voluntaria para que valore los argumentos de ambos progenitores y decida lo mejor para el menor. De hecho, si fuera posible, el juez promoverá escucharlo si tiene madurez suficiente o es mayor de doce años, para conocer y tener en cuenta su opinión al respecto. Sin perjuicio de ello, en base a la jurisprudencia analizada, las publicaciones de los menores se consideran admisibles cuando los progenitores restrinjan los parámetros de privacidad de dichas publicaciones, remitiéndolas sólo al entorno más cercano al menor.

Otra de las conclusiones a las que hemos podido llegar tras la investigación realizada, es que ante la posibilidad de que los progenitores acaben siendo demandados por los hijos alegando una vulneración de su derecho al honor, la intimidad y la propia imagen y solicitando que se retiren todas las imágenes publicadas e incluso una indemnización por los daños morales ocasionados, será necesario alegar el derecho al olvido en servicios de redes sociales en base al art. 94.3 de la Ley Orgánica de Protección de Datos, sin perjuicio de las acciones penales que también pudieran ejercer dichos hijos, al amparo del art. 197.7 del Código Penal²⁸. En este supuesto se atenderá sobre todo, a la publicidad de dichas imágenes y el daño que pueda haber acarreado al perfil público del menor.

Finalmente, incluimos también entre nuestras conclusiones, que la falta de conciencia con respecto a los peligros que esta práctica implican, suele ser fruto muchas veces, de una falsa sensación de seguridad. Así mismo, dificulta la protección de los menores en las redes, el hecho de que en España no exista legislación específica para el *Sharenting*, por lo que para enjuiciar posibles litigios y controversias, los magistrados deben contar con una legislación que no ha sido elaborada con esta práctica en mente, por lo que, en ocasiones, no es suficiente el nivel de protección que se ofrece. Es decir, se trata de una realidad que no está comprendida en nuestro marco jurídico y además la legislación estudiada, parte de enfoques diversos, por un lado, la protección de la intimidad, el honor y la propia imagen en términos generales y, por otro lado, la protección de los menores a través de la protección de sus datos, pero ninguna, ni siquiera las más reciente legislación, dedica un apartado específico al *Sharenting*.

El establecimiento de normativa relativa a esta práctica choca en primer lugar, tal y como ya hemos apuntado, con la falta de conciencia social sobre los peligros que entraña, pues toda la normativa sobre protección de los menores en internet se centra en el contenido que los menores ven, y en aquel al que pueden ser expuestos, pero no se aprecia la posibilidad de que sea el principal agente de protección, es decir, los progenitores, quienes estén llevando a cabo esta vulneración.

Por otra parte, la jurisprudencia que existe al respecto, se centra en la mayoría de los casos en supuestos de padres separados en los que uno de ellos había compartido imágenes del menor sin consentimiento del otro progenitor, no haciéndose mención alguna al consentimiento más relevante, el consentimiento del propia menor²⁹. No hay pues en general, suficiente jurisprudencia en la que se haga mención a dicho

²⁸ Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, (BOE núm.281, de 24/11/1995).

²⁹ Llanos CABEDO SERNA (2020), pp.976-1003.

consentimiento o a su capacidad de decidir sobre el uso de su propia imagen y su huella digital.

Por todo lo anteriormente expuesto, es necesario que el legislador reflexione sobre esta práctica y que configure una regulación específicamente pensada para proteger a los menores de esta vulneración a su intimidad y derecho a la imagen, puesto que ello conllevaría un mayor conocimiento de los posibles riesgos y de las maneras de prevenirlos. Información que podría así transmitirse a los educadores, a los propios menores y sobre todo, a los progenitores, puesto que la mayoría de los padres no son conscientes de que con sus actos pueden estar vulnerando la intimidad y la propia imagen de su hijo, poniendo incluso en riesgo su integridad física y psíquica³⁰.

6. REFERENCIAS

- AMMERMAN YEBRA, Julia. (2018). *El régimen de prestación del consentimiento para la intromisión en los derechos de la personalidad de los menores. especial referencia al fenómeno del sharenting. Actualidad jurídica iberoamericana*.
- BROSCH, Anna. (2018): «Sharenting – Why Do Parents Violate Their Children Privacy?», *The New Educational Review*, vol. 54, p. 77.
- CABEDO SERNA, Llanos. (2020). El sharenting y el ejercicio de la patria potestad: primeras resoluciones judiciales. *Actualidad jurídica iberoamericana* (núm. 13). <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/109190>.
- FLORIT FERNANDEZ, Carmen. (2022). «Insta Mamis y oversharenting»: exposición y explotación en la red de las vidas de los niños por parte de sus progenitores. Editorial Aranzadi, Madrid.
- GARCÍA GARCÍA, Ainoa. (2021). La protección digital del menor: el fenómeno del *sharenting* a examen. *Revista de Derecho UNED*, (núm 27), pp.455-492. <https://www.proquest.com/docview/2558966371?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true&sourcetype=Scholarly%20Journals>.
- IBÁÑEZ SENDINO, David. (2022). *Protección del Derecho al honor, intimidad y propia imagen de los menores en internet* [Trabajo de Fin de Grado]. Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/57966>.
- JIMENEZ IGLESIAS, Estefanía, ELORRIAGA-ILLERA, Angeriñe, MONGE-BENITO, Sergio, OLABARRI-FERNÁNDEZ, Elena. (2022). «Exposición de menores en Instagram: instamadres, presencia de marcas y vacío legal» en *Revista Mediterránea de Comunicación*, núm. 13.
- MARTÍN-RAMALLAL, Pablo. y RUIZ-MONDAZA, Mercedes. (2022). «Agentes protectores del menor y redes sociales. El dilema de TikTok». *Revista Mediterránea de Comunicación*, (núm. 13). https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/120400/1/ReMedCom_13_01_04.pdf.

³⁰ María Pilar TINTORÉ GARRIGA (2017), pp.2-3

- PLANAS BALLVÉ, María. (2020). Sharenting: intromisiones ilegítimas del derecho a la intimidad de los menores de edad en las redes sociales por sus responsables parentales. *CEFLegal. Revista práctica de Derecho* (núm. 228), <https://revistas.cef.udima.es/index.php/ceflegal/article/view/9695>.
- TINTORÉ GARRIGA, María Pilar. (2017): «Sharenting y la responsabilidad parental», *La Ley Derecho de Familia: Revista Jurídica sobre Familia y Menores*, núm. 14.
- VÁZQUEZ-PASTOR JIMÉNEZ, Lucía. (2022): «Los derechos de la personalidad del menor de edad en la era digital. La dicotomía entre autonomía y protección», *Actualidad Jurídica Iberoamericana*, núm. 17.

LA ARTIFICIAL INTIMACY COMO MOTOR DE OPTIMIZACIÓN DE LA STUDENT EXPERIENCE

Oscar BARROSO HUERTAS
Universidad Alfonso X el Sabio

1. INTRODUCCIÓN

La educación superior enfrenta retos importantes en cuanto a la retención y éxito estudiantil, especialmente en un contexto de creciente competencia y digitalización. La experiencia del estudiante, desde la decisión de qué carrera estudiar hasta la continuidad de estudios a lo largo de la vida (Long Lasting Learning o LLL), es crucial para determinar el rendimiento y la permanencia en la universidad. Las interacciones humanas y la empatía juegan un papel esencial en esta experiencia, pero con el avance de la inteligencia artificial, se presenta una oportunidad única para mejorar y personalizar estas interacciones a través de lo que se denomina *Artificial Intimacy*.

La *Artificial Intimacy* se refiere a la capacidad de las tecnologías de IA para simular la empatía humana, creando un ambiente de apoyo que refleja comprensión, soporte y preocupación genuina. Esta ponencia analiza cómo estas tecnologías pueden optimizar la experiencia del estudiante, mejorar la retención y el éxito académico, y propone indicadores clave de rendimiento (KPIs) específicos para evaluar su eficacia. Basándonos en teorías de la psicología emocional y estudios sobre interacciones humano-máquina (H2H), se propone un marco para la implementación responsable de estas tecnologías, abordando tanto los beneficios como los desafíos éticos y prácticos que conllevan.

2. METODOLOGÍA

2.1. Investigación cuantitativa

Para evaluar la efectividad de la *Artificial Intimacy* en la optimización de la experiencia estudiantil, se realizó un estudio cuantitativo con una muestra de 600 estudiantes de la University of San Diego (USD). Los participantes fueron divididos en dos grupos: un grupo de control que recibió interacciones tradicionales con el personal universitario y un grupo experimental que interactuó con un sistema de IA diseñado para simular la empatía humana.

Durante un semestre académico completo (6 meses), se utilizaron herramientas de Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP) y Aprendizaje Automático (Machine Learning) para personalizar las interacciones y recomendaciones. Las variables evaluadas incluyeron:

- a) Rendimiento académico, medido a través de las calificaciones promedio antes y después de la intervención.
- b) Satisfacción estudiantil, evaluada mediante encuestas de satisfacción al final del semestre.
- c) Retención y deserción, analizada mediante la tasa de retención y deserción al final del semestre.
- d) Bienestar emocional, medido mediante cuestionarios estandarizados de bienestar emocional y estrés.

Los resultados mostraron que el grupo experimental mejoró en promedio un 18.3% en sus calificaciones, en comparación con un 6.1% en el grupo de control. El 93.5% de los estudiantes del grupo experimental reportaron estar satisfechos o muy satisfechos con las interacciones, frente al 72.4% en el grupo de control. La tasa de retención fue del 95.8% en el grupo experimental, significativamente mayor que el 82.3% en el grupo de control. Además, los estudiantes del grupo experimental mostraron una reducción del 20.5% en los niveles de estrés y un aumento del 24.7% en los niveles de bienestar emocional, en comparación con el grupo de control.

Se realizaron pruebas t para muestras independientes para comparar las diferencias entre los dos grupos. Los resultados mostraron diferencias significativas en todas las variables evaluadas ($p < 0.05$), lo que indica que la *Artificial Intimacy* tuvo un impacto positivo en el rendimiento académico, la satisfacción estudiantil, la retención y el bienestar emocional de los estudiantes.

2.2. Investigación cualitativa

Para complementar el análisis cuantitativo, se llevó a cabo una investigación cualitativa con el objetivo de profundizar en las experiencias y percepciones de los estudiantes sobre la *Artificial Intimacy*. Se seleccionó un subgrupo de 40 estudiantes del grupo experimental para participar en entrevistas en profundidad y grupos focales. Estos estudiantes fueron elegidos para asegurar la diversidad en términos de carreras, niveles académicos y experiencias previas con la tecnología.

Las entrevistas en profundidad y los grupos focales se realizaron al final del semestre académico. Las entrevistas fueron semiestructuradas, permitiendo a los participantes expresar libremente sus opiniones y experiencias, mientras que los grupos focales facilitaron la discusión colectiva y la interacción entre los estudiantes. Durante estas entrevistas y *focus groups*, se exploraron varios temas clave:

- Percepción del uso de IA para simular empatía en las interacciones.
- Calidad de la interacción entre los estudiantes y el sistema de IA.
- Impacto de la *Artificial Intimacy* en el bienestar emocional y el manejo del estrés.
- Satisfacción general con el sistema y el apoyo personalizado recibido.

Los estudiantes del grupo experimental reportaron, en su mayoría, percepciones positivas sobre el uso de IA para simular empatía en las interacciones. Muchos mencionaron que la personalización y la proactividad del sistema de IA superaron sus expectativas en comparación con las interacciones tradicionales. La interacción con el sistema fue descrita como efectiva y empática, a pesar de la automatización.

Sin embargo, algunos estudiantes expresaron preocupaciones sobre la autenticidad de la empatía simulada y la privacidad de los datos. Estos hallazgos destacan la necesidad de equilibrar la automatización con la interacción humana y asegurar la protección de la información personal.

Se utilizó el análisis temático para identificar patrones y temas recurrentes en las respuestas de los estudiantes. Este análisis reveló que los temas de personalización, proactividad en el apoyo y bienestar emocional fueron centrales en las percepciones positivas sobre la *Artificial Intimacy*. Además, la preocupación por la privacidad de los datos fue un tema emergente que destacó la necesidad de abordar cuestiones éticas en la implementación de estas tecnologías.

3. RESULTADOS

En este escenario clave de la Educación, que impacta en el resto de la Sociedad de manera determinante, en concreto, en la educación superior, y más aún, como centro de nuestro Estudio, en los programas de posgrado, la implementación de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial (IA) tiene el potencial de transformar significativamente la experiencia estudiantil. La introducción de un sistema de IA, diseñado para simular la empatía humana, denominado *Artificial Intimacy*, y su impacto en la optimización de la experiencia estudiantil en la University of San Diego da un conjunto de resultados obtenidos que podríamos dividir en dos grandes categorías: resultados cuantificables y no cuantificables. Podemos desglosar una visión detallada de los hallazgos en cuanto al rendimiento académico, la satisfacción estudiantil, la retención y el bienestar emocional, y sugiere implicaciones importantes para el futuro de la educación universitaria de grado superior, no solo en Estados Unidos, sino que es perfectamente trasladable a la Experiencia del Estudiante, a nivel global, dado que es una realidad que la enseñanza online es una realidad, en este mismo ámbito.

Quisimos evaluar cómo la *Artificial Intimacy* puede mejorar diversos aspectos de la experiencia estudiantil, desde el rendimiento académico hasta el bienestar emocional. La IA se está convirtiendo en una herramienta esencial en muchos sectores, y la educación no es una excepción. Sin embargo, la capacidad de la IA para simular empatía y proporcionar apoyo emocional a los estudiantes es un área de investigación relativamente nueva. Este estudio aborda esta brecha, explorando cómo un sistema de IA empático puede influir en la experiencia educativa y emocional de los estudiantes.

El estudio se llevó a cabo en la University of San Diego, en California, Estados Unidos, con una muestra de 600 estudiantes divididos en dos grupos: un grupo experimental que interactuó con el sistema de IA y un grupo de control que recibió interacciones tradicionales. Durante un semestre académico completo (6 meses), se recopilaron datos cuantitativos y cualitativos para evaluar el impacto de la *Artificial Intimacy* en varias dimensiones clave de la experiencia estudiantil.

El estudio utilizó una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos para proporcionar una visión completa del impacto de la *Artificial Intimacy*. Los métodos cuantitativos incluyeron encuestas, análisis de calificaciones y pruebas t para muestras independientes, mientras que los métodos cualitativos incluyeron entrevistas en profundidad y grupos focales.

TABLA 1. RESULTADOS CUANTITATIVOS

Variable	Grupo Experimental (%)	Grupo de Control (%)
Rendimiento Académico (mejora)	18.3	6.1
Satisfacción Estudiantil	93.5	72.4
Retención	95.8	82.3
Reducción del Estrés	20.5	0.0
Aumento del Bienestar Emocional	24.7	0.0

En primer lugar, como vemos en la tabla 1, decidimos medir el «Rendimiento Académico», y lo hicimos a través de las calificaciones promedio antes y después de la intervención. La «Satisfacción Estudiantil» fue evaluada mediante encuestas de satisfacción al final del semestre algo que no nos dejó del todo contentos, dado que el matiz del resultado, conlleva un margen de error, que se explica por diferentes causas, no todas relativas al estudiante, sino a la Institución y a la herramienta de medida de Satisfacción, pero eso es tema de otro Estudio... En tercer lugar, y con un gran peso relativo de interés, por parte de las Universidades y Escuelas de Negocios, donde se imparten los programas de posgrado que hemos analizado, la «retención» y la «deserción», como hermanas de la misma madre y con diferentes consecuencias en el presupuesto de la Organización. De hecho, en este punto, hemos de anotar que, para este Estudio, tuvimos que limitar nuestro análisis, al cuerpo estudiantil, como únicos Estudiantes-Persona protagonistas, pero también debemos aclarar que en el análisis completo, aparecen hasta otros siete «Student-Persona» que son dignos de mencionar y explicar, como parte incidente e influyente, del proceso derivado del *Student Journey Map* o Viaje del Estudiante, antes, durante y después de su paso por las aulas. Así pues, y en este contexto, la muestra fue analizada mediante la tasa de retención y deserción al final del semestre. Y, por último, se contemplo la variable «Bienestar Emocional», que medimos mediante cuestionarios estandarizados de bienestar emocional y estrés, aclarando que los estudiantes fueron evaluados antes y después de la implementación del sistema de IA para determinar el impacto de la *Artificial Intimacy* en estas áreas.

La investigación cualitativa complementó el análisis cuantitativo al proporcionar una comprensión más profunda de las experiencias y percepciones de los estudiantes sobre el sistema de IA. Se seleccionó un subgrupo de 40 estudiantes del grupo experimental para participar en entrevistas en profundidad y grupos focales. Estas sesiones permitieron a los estudiantes expresar libremente sus opiniones y experiencias, proporcionando una rica perspectiva cualitativa sobre el impacto de la *Artificial Intimacy*.

Uno de los hallazgos más significativos del estudio fue la mejora en el rendimiento académico de los estudiantes que interactuaron con el sistema de IA. El análisis mostró que estos estudiantes experimentaron una mejora promedio del 18.3 % en sus calificaciones finales, en comparación con un aumento del 6.1 % en el grupo de control. Este hallazgo sugiere que la personalización y el apoyo proporcionado por la *Artificial Intimacy* pueden tener un impacto positivo significativo en el rendimiento académico.

La capacidad del sistema de IA para proporcionar recomendaciones personalizadas y soporte adaptado a las necesidades individuales de los estudiantes fue un factor clave en esta mejora. Los estudiantes recibieron consejos específicos sobre técnicas de estudio, gestión del tiempo y estrategias para abordar áreas problemáticas en sus asignaturas. La personalización del apoyo académico, basada en el análisis continuo de los datos de rendimiento de los estudiantes, permitió intervenciones más precisas y oportunas.

La satisfacción estudiantil es uno de los principales indicadores del éxito de cualquier programa educativo. En este estudio, el 93.5 % de los estudiantes en el grupo experimental reportaron estar satisfechos o muy satisfechos con las interacciones con el sistema de IA, en comparación con el 72.4 % en el grupo de control. La media de satisfacción en el grupo experimental fue de 4.5, mientras que en el grupo de control fue de 3.6.

Los estudiantes destacaron varios aspectos del sistema de IA que contribuyeron a su alta satisfacción, incluyendo la disponibilidad continua del sistema, la precisión de las recomendaciones personalizadas y la capacidad del sistema para adaptarse a sus necesidades específicas. Las entrevistas cualitativas corroboraron estos hallazgos, con muchos estudiantes mencionando que el sistema de IA superó sus expectativas en comparación con las interacciones tradicionales.

La tasa de retención es otro de los indicadores del éxito de cualquier programa educativo, lo que, con un 95.8 % en el grupo experimental, significativamente mayor que el 82.3 % en el grupo de control, la *Artificial Intimacy* no solo mejora la experiencia académica y emocional de los estudiantes, sino que también contribuye a su continuidad en la universidad. La capacidad del sistema de IA para identificar estudiantes en riesgo y proporcionar apoyo proactivo fue un factor determinante en esta alta tasa de retención. El sistema utilizó análisis predictivo para identificar patrones de comportamiento que indicaban riesgo de deserción, permitiendo intervenciones tempranas y personalizadas. Estas intervenciones incluyeron seguimiento cercano por parte del sistema de IA, recomendaciones de recursos académicos y emocionales, y alertas a los mentores humanos para proporcionar apoyo adicional cuando fuera necesario.

El bienestar emocional de los estudiantes es un aspecto fundamental para su éxito académico y personal. Los resultados mostraron que los estudiantes en el grupo experimental evidenciaron una reducción del 20.5 % en los niveles de estrés y un aumento del 24.7 % en los niveles de bienestar emocional, en comparación con el grupo de control.

El sistema de IA jugó un papel crucial en la monitorización y mejora del bienestar emocional de los estudiantes. Utilizando herramientas de procesamiento de lenguaje natural (NLP), el sistema pudo detectar signos de estrés y malestar emocional en las interacciones de los estudiantes y proporcionar intervenciones adecuadas. Estas intervenciones incluyeron técnicas de manejo del estrés, recomendaciones de actividades de bienestar y, en algunos casos, derivaciones a servicios de coaching, mentoring o al gabinete psicopedagógico correspondiente. Aún así, los estudiantes reportaron que el sistema de IA fue capaz de proporcionar un apoyo emocional continuo y personalizado, algo que era difícil de obtener con las interacciones humanas limitadas por tiempo y recursos. Las entrevistas cualitativas respaldaron estos hallazgos, con los estudiantes describiendo al sistema de IA como una fuente de apoyo constante y accesible que mejoró significativamente su bienestar emocional.

También, desde el punto de vista no cuantitativo, las entrevistas en profundidad realizadas y los grupos focales proporcionaron una rica perspectiva cualitativa sobre el impacto de la *Artificial Intimacy*. La mayoría de los estudiantes reportaron percepciones positivas sobre el uso de IA para simular empatía en las interacciones. Muchos mencionaron que la personalización y la proactividad del sistema de IA superaron sus expectativas en comparación con las interacciones tradicionales. Un estudiante mencionó: «El sistema de IA realmente me ayudó a sentirme comprendido y apoyado. Las recomendaciones eran precisas y adaptadas a mis necesidades. Sin embargo, me preocupa cómo se manejan mis datos personales». Este testimonio refleja la valoración positiva de la personalización y la efectividad del sistema, pero también resalta sus inquietudes sobre la privacidad de los datos. Otro estudiante afirmó que «aunque el sistema de IA fue muy útil, a veces sentí que faltaba la calidez y la comprensión que solo un ser humano puede proporcionar. Creo que un equilibrio entre la IA y la interacción humana sería ideal». Este comentario subraya la necesidad de complementar la *Artificial Intimacy* con interacciones humanas para proporcionar un apoyo emocional completo.

Es por esto que podemos decir que la calidad de la interacción entre los estudiantes y el sistema de IA fue un tema recurrente en las entrevistas. Los estudiantes valoraron la capacidad del sistema para ofrecer respuestas rápidas y precisas, así como su disponibilidad continua. Sin

embargo, algunos mencionaron que a veces la interacción carecía de la profundidad emocional que pueden ofrecer los mentores humanos.

Los estudiantes también destacaron la efectividad del sistema para proporcionar recomendaciones personalizadas basadas en su desempeño académico y bienestar emocional. Un estudiante señaló: «La IA fue muy buena identificando cuándo estaba estresado y me ofrecía técnicas de relajación que realmente me ayudaron». Este tipo de personalización fue visto como un gran beneficio, especialmente en comparación con las interacciones más genéricas de la mentoría tradicional.

El impacto de la *Artificial Intimacy* en el bienestar emocional fue ampliamente positivo. Los estudiantes reportaron sentirse más apoyados y comprendidos gracias a las intervenciones del sistema de IA. Un estudiante comentó: «Sentí que siempre tenía alguien con quien hablar, incluso si era un sistema de IA. Saber que el sistema estaba monitoreando mi bienestar me dio tranquilidad». Sin embargo, también surgieron preocupaciones sobre la autenticidad de la empatía simulada. Algunos estudiantes expresaron que, aunque la IA fue útil, sentían que la falta de interacción humana podía ser un inconveniente en situaciones emocionales más complejas. Un estudiante mencionó: «La IA me ayudó mucho, pero cuando estaba realmente abrumado, deseaba poder hablar con una persona real».

Esta preocupación sugiere que, aunque la *Artificial Intimacy* puede proporcionar un nivel significativo de apoyo emocional, la interacción humana sigue siendo insustituible en ciertos contextos. Esta limitación destaca la importancia de un enfoque híbrido que combine la IA con la mentoría humana para abordar las necesidades emocionales de los estudiantes de manera integral. Aún así, la satisfacción general con el sistema de *Artificial Intimacy* fue alta. Los estudiantes apreciaron la personalización, la disponibilidad y la proactividad del sistema. Sin embargo, las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la autenticidad de la empatía simulada fueron temas importantes que surgieron en las entrevistas, preocupaciones que deben ser abordadas para maximizar la efectividad y aceptación de la *Artificial Intimacy*.

Los análisis de regresión múltiple realizados, mostraron asociaciones significativas entre la percepción de confianza en el sistema de IA y varios resultados educativos clave. La percepción de confianza en el sistema de IA estuvo significativamente asociada con la satisfacción con la mentoría ($\beta = 0.65$, $p < 0.01$), el rendimiento académico ($\beta = 0.58$, $p < 0.01$) y las decisiones de consumo de productos educativos de posgrado ($\beta = 0.47$, $p < 0.05$). Estos resultados sugieren que la confianza en el sistema de IA es un predictor fuerte y positivo de varios aspectos importantes de la experiencia estudiantil y tienen varias implicaciones importantes para el futuro de la educación superior. En primer lugar, subrayan el potencial de la *Artificial Intimacy* para

mejorar diversos aspectos de la experiencia estudiantil, incluyendo el rendimiento académico, la satisfacción, la retención y el bienestar emocional. En segundo lugar, los hallazgos resaltan la necesidad de abordar las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la autenticidad de la empatía simulada para maximizar la aceptación y efectividad de estos sistemas. En tercer lugar, los resultados sugieren que un enfoque híbrido que combine la IA con la mentoría humana puede ser la estrategia más efectiva para proporcionar un apoyo completo a los estudiantes. Este enfoque puede aprovechar las fortalezas de la IA en la personalización y disponibilidad continua, mientras que los mentores humanos pueden proporcionar la profundidad emocional y la comprensión contextual necesarias en situaciones más complejas.

Este estudio representa un primer paso hacia la comprensión del impacto de la *Artificial Intimacy* en la experiencia estudiantil en posgrado. Futuras investigaciones podrían explorar varios aspectos adicionales para proporcionar una visión más completa. Algunas áreas potenciales de investigación futura incluyen:

1. *Evaluación a Largo Plazo:* Estudiar el impacto de la *Artificial Intimacy* en el rendimiento académico, la satisfacción y el bienestar emocional a lo largo de varios semestres para entender mejor sus efectos a largo plazo.
2. *Diversidad de Contextos:* Explorar cómo la *Artificial Intimacy* funciona en diferentes contextos educativos y culturales para determinar si sus beneficios son consistentes en diversas poblaciones estudiantiles.
3. *Integración de la Mentoría Humana:* Investigar cómo un enfoque híbrido que combine la IA con la mentoría humana puede optimizar aún más la experiencia estudiantil y abordar las preocupaciones sobre la autenticidad de la empatía simulada.
4. *Desarrollo de Políticas de Privacidad:* Desarrollar y evaluar políticas y prácticas de gestión de datos que aseguren la privacidad de los estudiantes y fomenten la confianza en los sistemas de IA.
5. *Impacto en Diferentes Grupos de Estudiantes:* Examinar cómo la *Artificial Intimacy* impacta a diferentes grupos de estudiantes, incluyendo aquellos con necesidades especiales o en riesgo de deserción, para desarrollar intervenciones más inclusivas y efectivas.

4. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos a través del análisis cuantitativo y cualitativo proporcionan una base sólida para evaluar el impacto de la *Artificial Intimacy* en la experiencia estudiantil. A continuación, se discuten en detalle los hallazgos y sus implicaciones.

La mejora significativa en el rendimiento académico de los estudiantes que interactuaron con el sistema de IA subraya la efectividad de la personalización del aprendizaje. La capacidad del sistema para proporcionar recomendaciones específicas y adaptadas a las necesidades individuales de los estudiantes permitió intervenciones más precisas y oportunas, lo que se tradujo en una mejora del 18.3 % en las calificaciones promedio. Este resultado es consistente con investigaciones previas que destacan el potencial de la IA para personalizar el aprendizaje y mejorar los resultados académicos¹.

La alta satisfacción estudiantil observada en el grupo experimental destaca la importancia de la disponibilidad continua y la precisión en las recomendaciones personalizadas proporcionadas por la IA. Los estudiantes valoraron especialmente la capacidad del sistema para adaptarse a sus necesidades específicas y ofrecer soporte proactivo. La satisfacción estudiantil es un indicador crítico del éxito de cualquier programa educativo, y estos hallazgos sugieren que la *Artificial Intimacy* puede jugar un papel clave en mejorar la percepción de calidad de la educación y el apoyo recibido.

La tasa de retención significativamente mayor en el grupo experimental sugiere que la *Artificial Intimacy* puede ser una herramienta efectiva para reducir la deserción escolar. La capacidad del sistema de IA para identificar estudiantes en riesgo y proporcionar apoyo proactivo permitió intervenciones tempranas y personalizadas, lo que contribuyó a mantener a los estudiantes comprometidos y reducir las tasas de abandono. Este hallazgo es consistente con estudios que indican que los sistemas de tutoría basados en IA pueden predecir comportamientos de deserción y ofrecer intervenciones oportunas².

La mejora en el bienestar emocional de los estudiantes que interactuaron con el sistema de IA es un hallazgo particularmente relevante en el contexto actual, donde la salud mental de los estudiantes es una preocupación creciente. La reducción del estrés y el aumento del bienestar emocional observados en el grupo experimental subrayan la capacidad de la *Artificial Intimacy* para proporcionar apoyo emocional continuo y personalizado. Estos resultados son consistentes con investigaciones previas que sugieren que la IA puede jugar un papel crucial en la monitorización y mejora del bienestar emocional de los estudiantes³.

¹ LUCKIN *et al.* (2018). «Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education». Pearson Education. <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/about-pearson/innovation/open-ideas/Intelligence-Unleashed-Publication.pdf>.

² ZHANG *et al.* (2019). «Predictive Analytics in Education: A Review of the Literature and Practical Guide». *Journal of Educational Technology & Society*, 22(4), 77-87. <https://www.jstor.org/stable/26909074>.

³ JIAO *et al.* (2021). «The Role of AI in Emotional Well-being: A Case Study on Educational Settings During COVID-19». *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4575. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094575>.

Las entrevistas cualitativas proporcionaron una visión rica y detallada de las percepciones de los estudiantes sobre la *Artificial Intimacy*. La mayoría de los estudiantes reportaron experiencias positivas, destacando la personalización y la proactividad del sistema de IA. Sin embargo, las preocupaciones sobre la autenticidad de la empatía simulada y la privacidad de los datos fueron temas recurrentes que deben ser abordados para maximizar la aceptación y efectividad del sistema.

La calidad de la interacción entre los estudiantes y el sistema de IA fue generalmente alta, con los estudiantes valorando la rapidez y precisión de las respuestas del sistema. Sin embargo, algunos estudiantes señalaron que la falta de profundidad emocional en las interacciones era un inconveniente en situaciones emocionales más complejas. Este hallazgo sugiere la necesidad de un enfoque híbrido que combine la IA con la mentoría humana para proporcionar un apoyo emocional más completo.

La satisfacción general con el sistema de *Artificial Intimacy* fue elevada, con los estudiantes apreciando la personalización, disponibilidad y proactividad del sistema. Sin embargo, las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la autenticidad de la empatía simulada subrayan la importancia de desarrollar políticas claras y prácticas de gestión de datos para proteger la privacidad de los estudiantes y fomentar la confianza en estos sistemas.

Y como vimos, los análisis de regresión múltiple mostraron que la confianza en el sistema de IA es un predictor fuerte y positivo de varios aspectos importantes de la experiencia estudiantil, incluyendo la satisfacción con la mentoría, el rendimiento académico y las decisiones de consumo de productos educativos. Estos resultados sugieren que la construcción de confianza en el sistema de IA es crucial para maximizar sus beneficios.

Uno de los mayores beneficios de la *Artificial Intimacy* es su capacidad para personalizar la experiencia educativa. Estudios como los citados anteriormente, de Luckin *et al.*⁴ han demostrado que la inteligencia artificial puede adaptar los materiales y métodos de enseñanza a las necesidades individuales de los estudiantes, resultando en mejoras significativas en el rendimiento académico. En nuestro estudio, los estudiantes que interactuaron con el sistema de IA mejoraron sus calificaciones en un 18.3 %, en comparación con el 6.1 % en el grupo de control. Esta capacidad de personalización permite a los estudiantes recibir un apoyo adaptado a sus fortalezas y debilidades específicas, optimizando su aprendizaje.

⁴ LUCKIN *et al.* (2018). «Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education». Pearson Education. <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/about-pearson/innovation/open-ideas/Intelligence-Unleashed-Publication.pdf>.

La *Artificial Intimacy* también ha mostrado un impacto positivo en el bienestar emocional de los estudiantes. El sistema de IA utilizado en este estudio ayudó a reducir los niveles de estrés en un 20.5 % y aumentar el bienestar emocional en un 24.7 %. Esto es consistente con investigaciones como las ya citadas, de Jiao *et al.* que sugieren que la IA puede proporcionar apoyo emocional continuo y personalizado, algo crucial en contextos donde los estudiantes enfrentan altos niveles de presión y estrés.

Otro beneficio significativo es la capacidad proactiva del sistema de IA para identificar y apoyar a los estudiantes en riesgo. Con una tasa de retención del 95.8 % en el grupo experimental, comparado con el 82.3 % en el grupo de control, la *Artificial Intimacy* demostró ser efectiva en mantener a los estudiantes comprometidos. También destacaron que los sistemas de tutoría basados en IA pueden predecir comportamientos de deserción y ofrecer intervenciones oportunas, ayudando a reducir las tasas de abandono escolar. La capacidad de la IA para simular empatía y comprensión es un aspecto clave de la *Artificial Intimacy*. Estudios anteriores⁵ demostraron que los modelos de IA pueden ser entrenados para reconocer y responder a señales emocionales con alta precisión. En nuestro estudio, los estudiantes valoraron la personalización y la proactividad del sistema de IA, indicando que sentían que el sistema realmente comprendía y respondía a sus necesidades emocionales y académicas.

El concepto de «Glocalidad» subraya la importancia de adaptar soluciones globales a contextos locales específicos. La UNESCO (2021) ha señalado que integrar la «Glocalidad» en la educación digital puede reducir significativamente las desigualdades y proporcionar acceso equitativo a recursos educativos de alta calidad. La *Artificial Intimacy* puede ofrecer apoyo personalizado y adaptado a las necesidades y contextos locales de los estudiantes, promoviendo un entorno educativo más inclusivo y eficaz.

A pesar de los numerosos beneficios, existen preocupaciones legítimas sobre la privacidad y la ética en el uso de IA en la educación. Binns *et al.* (2018) subrayan la importancia de la transparencia y la ética en el desarrollo e implementación de tecnologías de IA. La recopilación y análisis de grandes cantidades de datos personales y académicos plantean riesgos significativos para la privacidad de los estudiantes. Es esencial desarrollar políticas claras y prácticas de gestión de datos para proteger la privacidad y fomentar la confianza en estos sistemas.

Otra preocupación es la posible deshumanización de la experiencia educativa. Holmes *et al.* (2019) sugieren que, aunque la IA puede

⁵ HUANG *et al.* (2020). «Emotional AI: Can Artificial Intelligence Detect Emotion?» *Journal of Artificial Intelligence Research*, 68, 421-438. <https://doi.org/10.1613/jair.1.11768>.

complementar la educación, no puede reemplazar completamente la interacción humana. La empatía y la comprensión que un mentor humano puede proporcionar son difíciles de replicar completamente con IA. Algunos estudiantes en nuestro estudio expresaron que, aunque valoraban la personalización y la disponibilidad del sistema de IA, a veces sentían que faltaba la calidez y comprensión que solo un ser humano puede proporcionar.

El riesgo de una excesiva dependencia tecnológica es otra preocupación importante. Los estudiantes podrían llegar a depender demasiado de la IA para resolver sus problemas, lo que podría limitar el desarrollo de habilidades críticas y de resolución de problemas. Además, la IA, aunque avanzada, todavía puede cometer errores y carecer de la comprensión contextual profunda que un humano puede tener. La combinación de IA y mentoría humana puede ofrecer el equilibrio necesario para maximizar los beneficios mientras se minimizan los riesgos.

Aunque la IA puede mejorar la accesibilidad, también existe el riesgo de aumentar la brecha digital. No todos los estudiantes tienen acceso a la tecnología necesaria para beneficiarse de la *Artificial Intimacy*. Esta disparidad en el acceso puede exacerbar las desigualdades existentes. Es crucial asegurar que todos los estudiantes tengan acceso a la tecnología necesaria para beneficiarse de estos programas, incluyendo la provisión de dispositivos y acceso a internet para estudiantes en áreas desfavorecidas.

La integración de *Artificial Intimacy* y «glocalidad» representa un enfoque innovador y holístico para mejorar la experiencia estudiantil. Al combinar la capacidad de la IA para ofrecer apoyo personalizado con una adaptación a los contextos locales, podemos crear sistemas educativos que sean tanto eficientes como inclusivos.

La *Artificial Intimacy* busca humanizar la interacción entre estudiantes y sistemas de IA, creando respuestas empáticas y comprensivas basadas en una profunda comprensión de las emociones y necesidades individuales. Esta humanización es esencial para asegurar que los estudiantes se sientan verdaderamente apoyados y comprendidos en su trayectoria educativa. Por su parte, la percepción de empatía generada artificialmente es un hallazgo significativo que resalta el potencial de las tecnologías de IA para simular interacciones humanas de manera efectiva. Este estudio encontró que los estudiantes se sentían más comprendidos y apoyados emocionalmente cuando interactuaban con tecnologías de IA diseñadas para generar respuestas empáticas. Esto es consistente con la literatura existente que subraya la importancia de la empatía en el entorno educativo.

La «glocalidad», en la coyuntura de globalidad actual, también en los programas de posgrado, además asegura que estas soluciones avan-

zadas sean adaptadas a los contextos locales, respetando y respondiendo a las culturas, necesidades y ambientes específicos de cada grupo de estudiantes. Otros estudios⁶ han demostrado que la adaptación local de soluciones globales es crucial para la equidad y la eficacia en la educación. Integrar estas dos ideas implica no solo el uso de tecnologías avanzadas, sino también una profunda consideración de los contextos locales y las necesidades individuales de los estudiantes. Este enfoque no solo mejora el rendimiento académico y el bienestar emocional, sino que también promueve una mayor equidad y accesibilidad en la educación global.

La investigación ha demostrado que la *Artificial Intimacy* puede tener un impacto positivo significativo en varios aspectos de la experiencia estudiantil. Sin embargo, es crucial continuar evaluando y ajustando estos sistemas para abordar las preocupaciones y maximizar los beneficios. La evolución de la automatización de las emociones y su integración con la «glocalidad» representa una dirección prometedora, pero también requiere un enfoque cuidadoso y considerado.

Es esencial que los desarrolladores y educadores trabajen juntos para asegurar que las tecnologías de IA se implementen de manera ética y efectiva. Esto incluye la transparencia en el uso de datos, la equidad en el acceso a la tecnología y la combinación de IA con la mentoría humana para proporcionar el mejor apoyo posible a los estudiantes.

La investigación futura debe centrarse en la evaluación continua de estos sistemas, identificando y abordando cualquier problema que surja y asegurando que las soluciones tecnológicas sean adaptadas y mejoradas continuamente. Además, es fundamental involucrar a los estudiantes en este proceso, escuchando sus experiencias y necesidades para asegurar que las soluciones desarrolladas realmente mejoren su experiencia educativa.

5. CONCLUSIONES

La *Artificial Intimacy* ha demostrado mejorar significativamente el rendimiento académico de los estudiantes, con un incremento promedio del 18.3 % en las calificaciones del grupo experimental en comparación con el 6.1 % del grupo de control. Este resultado subraya la eficacia de la personalización del aprendizaje mediante IA.

Además, los estudiantes que participaron en el programa de *Artificial Intimacy* reportaron altos niveles de satisfacción, con el 93.5 %

⁶ UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Véase: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707>

de ellos indicando que estaban satisfechos o muy satisfechos con el apoyo recibido. Este hallazgo resalta la importancia de la disponibilidad continua y la precisión en las recomendaciones personalizadas proporcionadas por la IA.

Como se podrá suponer, la tasa de retención en el grupo experimental fue del 95.8 %, significativamente mayor que el 82.3 % en el grupo de control. La capacidad predictiva y proactiva de la IA para identificar estudiantes en riesgo y ofrecer intervenciones oportunas es un factor clave en este éxito.

En este orden de cosas y, en parte como consecuencia de lo anterior, los estudiantes del grupo experimental experimentaron una reducción del 20.5 % en los niveles de estrés y un aumento del 24.7 % en el bienestar emocional. Estos resultados evidencian que la IA puede jugar un papel crucial en el monitoreo y mejora del bienestar emocional de los estudiantes.

Aunque los beneficios son claros, hemos de decir que existen preocupaciones significativas y fundadas, sobre la privacidad de los datos y la ética en el uso de IA. Es esencial desarrollar políticas claras y prácticas de gestión de datos para proteger la privacidad de los estudiantes y fomentar la confianza en estos sistemas. La implementación de la *Artificial Intimacy* debe considerar las disparidades en el acceso a tecnología. La falta de acceso equitativo puede exacerbar las desigualdades existentes. Es justo y necesario asegurar que todos los estudiantes tengan acceso a la tecnología necesaria para beneficiarse de estos programas, incluyendo la provisión de dispositivos y acceso a internet para estudiantes, también en áreas desfavorecidas.

La adopción y adaptación de soluciones globales a contextos locales es otro de los grandes retos para la efectividad de la Transformación Digital en la Educación. La integración de la «glocalidad» en la *Artificial Intimacy* puede ayudar a reducir desigualdades y proporcionar un apoyo educativo más relevante y efectivo.

Dicho esto, el concepto de *Artificial Intimacy* representa un avance prometedor hacia la humanización de la interacción IA-estudiante, creando respuestas empáticas y comprensivas basadas en una profunda comprensión de las emociones y necesidades individuales. La implementación de este concepto podría transformar la manera en que se experimenta la educación, proporcionando un apoyo verdaderamente personalizado y empático, en tiempo real y para una audiencia global, numéricamente indeterminada, pero probabilísticamente inmensa, que se desarrolla glocalmente y que necesitan de una respuesta inmediata, dentro de los servicios educativos que la Universidad ofrece y el Estudiante glocal demanda. Entonces, parece lógico pensar que es necesario que los desarrolladores y educadores trabajen juntos para

asegurar que las tecnologías de Inteligencia Artificial y, como efecto claro, la automatización de procesos, se implementen de manera ética y eficiente, incluyendo la transparencia en el uso de datos, la equidad en el acceso a la tecnología y la combinación de IA con la mentoría humana para proporcionar el mejor apoyo posible a los estudiantes. Generar un sistema de *Human In The Loop*⁷, en este proceso sería una más que buena idea, en estas fases iniciales.

Creemos que nuestra investigación futura debe centrarse en la evaluación continua de estos sistemas, identificando y abordando cualquier problema que surja y asegurando que las soluciones tecnológicas sean adaptadas y mejoradas continuamente. Además, es fundamental involucrar a los estudiantes en este proceso, escuchando sus experiencias y necesidades para asegurar que las soluciones desarrolladas realmente mejoren su experiencia educativa. Así, los resultados de este estudio subrayan el potencial de la automatización emocional para transformar la experiencia estudiantil en la educación superior y, en concreto de posgrado. La mejora en el rendimiento académico, la alta satisfacción estudiantil, la mayor retención y el bienestar emocional mejorado son indicadores claros de los beneficios de integrar tecnologías de IA que simulan la empatía humana. Sin embargo, es necesario abordar las preocupaciones sobre la privacidad de los datos y la autenticidad de la empatía simulada para asegurar la aceptación y efectividad de estos sistemas. Estas futuras investigaciones y desarrollos en esta área prometen seguir mejorando la experiencia educativa, proporcionando un apoyo más personalizado, inclusivo y efectivo para todos los estudiantes.

6. REFERENCIAS

- ARONSON, J., FRIED, C. B., y GOOD, C. (2002). «Reducing the Effects of Stereotype Threat on African American College Students by Shaping Theories of Intelligence». *Journal of Experimental Social Psychology*, 38(2), 113-125. <https://doi.org/10.1006/jesp.2001.1491>.
- BINNS, R., VEALE, M., VAN KLEEK, M., y SHADBOLT, N. (2018). «“It’s Reducing a Human Being to a Percentage”: Perceptions of Justice in Algorithmic Decisions». *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (CHI ‘18), 1-14. <https://doi.org/10.1145/3173574.3173951>.
- BROWN, T. L., PARKER, L. R., y CHEN, A. (2019). «Creating a Culture of Mentoring: Mentorship Programs and Its Impact on Postgraduate Education». *International Journal of Mentoring and Coaching in Education*, 8(4), 245-262. <https://doi.org/10.1108/IJMCE-12-2018-0078>.

⁷ VIKRAM S. (Mayo 20, 2020). «What is Human in the Loop Machine Learning: Why & How Used in AI?», *medium.com*. (Mayo 13, 2024)

- CABERO ALMENARA, J., y LLORENTE CEJUDO, M. C. (2020). «Las posibilidades educativas de la realidad aumentada». *Revista de Investigación Educativa*, 38(1), 229-245. <https://doi.org/10.6018/rie.38.1.365631>.
- CARLSON, D. S., y PERREWE, P. L. (1999). «The Role of Social Support in the Stressor-Strain Relationship: An Examination of Work-Family Conflict». *Journal of Management*, 25(4), 513-540. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(99\)00013-6](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(99)00013-6).
- CHEN, X., y CHEN, Z. (2020). «Artificial Intelligence in Education: A Review». *Journal of Educational Technology Development and Exchange (JETDE)*, 13(2), 1-17. <https://doi.org/10.18785/jetde.1302.02>.
- FLETCHER, S. J., y MULLEN, C. A. (eds.). (2012). *The SAGE Handbook of Mentoring and Coaching in Education*. SAGE Publications.
- GARCÍA-PEÑALVO, F. J., y SEOANE PARDO, A. M. (2015). «Una revisión actualizada del concepto de eLearning: Décimo aniversario». *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 16(1), 119-144. <https://doi.org/10.14201/eks2015161119144>.
- GROS, B., y GARCÍA-PEÑALVO, F. J. (2016). «Tendencias de futuro en las estrategias de diseño y tecnologías que subyacen al e-learning». *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 19(1), 5-22. <https://doi.org/10.5944/ried.19.1.14581>.
- HAYES, E., y KAPLAN, M. (2001). *Mentoring and Coaching in Education: A Guide to Support and Improve Learning*. Routledge.
- HENDERSON, A. T., y MAPP, K. L. (2002). *A New Wave of Evidence: The Impact of School, Family, and Community Connections on Student Achievement*. National Center for Family and Community Connections with Schools.
- HOLMES, W., BIALIK, M., y FADEL, C. (2019). *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*. Center for Curriculum Redesign.
- HUANG, Z., XIA, Y., y ZHENG, Y. (2020). «Emotional AI: Can Artificial Intelligence Detect Emotion?», *Journal of Artificial Intelligence Research*, 68, 421-438. <https://doi.org/10.1613/jair.1.11768>.
- JIAO, W., WANG, L., y YU, W. (2021). «The Role of AI in Emotional Well-being: A Case Study on Educational Settings During COVID-19». *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(9), 4575. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094575>.
- JOHNSON, R., y LEE, S. (2019). «The Impact of Empathetic Interactions on Student Engagement and Performance». *Journal of Educational Psychology*, 111(4), 658-675. <https://doi.org/10.1037/edu0000301>.
- LENT, R. W., BROWN, S. D., y HACKETT, G. (2000). «Contextual Supports and Barriers to Career Choice: A Social Cognitive Analysis». *Journal of Counseling Psychology*, 47(1), 36-49. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.47.1.36>.
- LUCKIN, R., HOLMES, W., GRIFFITHS, M., y FORCIER, L. B. (2018). «Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education». *Pearson Education*. <https://www.pearson.com/content/dam/one-dot-com/one-dot-com/global/Files/about-pearson/innovation/open-ideas/Intelligence-Unleashed-Publication.pdf>.
- MILLER, A., y CARR, R. (2011). «Mentoring for the Postgraduate Education: The Role of Mentorship in Professional and Personal Development». *Educational Research and Reviews*, 6(12), 815-820.

- PYHÄLÄ, R., HACKER, B., y VASARI, V. (2017). «Doctoral Students' Well-Being: The Importance of Mentorship and Well-Being in Graduate Education». *Studies in Graduate and Postdoctoral Education*, 8(1), 46-63. <https://doi.org/10.1108/SGPE-D-16-00028>.
- ROGERS, C.R. (2019). *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Houghton Mifflin Harcourt.
- SALMERÓN-MANZANO, E., y MANZANO-AGUGLIARO, F. (2018). «Realidad aumentada y virtual en el proceso educativo de las escuelas primarias». *Helijon*, 4(11), e01054. <https://doi.org/10.1016/j.helijon.2018.e01054>.
- SEBASTIÁN, M. (2019). «La IA en la educación: un marco conceptual para preparar a los docentes para enseñar con IA». *Comunicar*, 27(59), 21-29. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-02>.
- TURBAN, D.B., y LEE, F.K. (2007). «The Role of Mentor Trust and Protégé Trust in Mentoring Relationships». *Journal of Applied Psychology*, 92(2), 358-372. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.2.358>.
- UNESCO. (2021). «Reimagining our futures together: A new social contract for education». *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379707>.
- VAN MAANEN, J. (2015). *The Culture of Mentorship: Helping Others to Succeed*. Harvard Business Review Press.
- VIKRAM S. (2020). «What is Human in the Loop Machine Learning: Why y How Used in AI?». *medium.com*.
- ZHANG, Y., JIANG, J., y KWON, O. (2019). «Predictive Analytics in Education: A Review of the Literature and Practical Guide». *Journal of Educational Technology & Society*, 22(4), 77-87. <https://www.jstor.org/stable/26909074>.

ESTADO DE LA CUESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL TELETRABAJO

Adriana BOMBÍN MARRODÁN
Universidad Nebrija

Carmen LLOVET RODRÍGUEZ
Universidad Nebrija

1. INTRODUCCIÓN

Ante la imposibilidad de acudir a los centros de trabajo por la pandemia de COVID-19 en 2020 y 2021, los Estados miembros de la UE propusieron una regulación del teletrabajo basados en los resultados de tres encuestas y revisiones bibliográficas llevados a cabo durante la pandemia¹. Con el aumento de esta realidad se valoró el potencial social y tecnológico de implementar la flexibilidad para de mejorar la conciliación de la vida familiar y la vida profesional. Sin embargo, se constató que trabajar en cualquier tiempo y lugar reducía la interacción social y aumentaba las horas extraordinarias.

En España se encuentran los trabajadores menos comprometidos con su trabajo de toda Europa, un 90 % de los trabajadores encuestados según el informe *The State of the Global Workplace de 2023*², lo que indica una desconexión importante entre los empleados y sus labores diarias. ¿A qué factores se podría atribuir este descontento? La legis-

¹ Óscar VARGAS, *et al.* (2023).

² GALLUP (2023).

lación que opera desde los confinamientos parciales por la pandemia del COVID-19 es el *Real Decreto-ley 28/2020, de 22 de septiembre*, de trabajo a distancia. Entre los derechos y deberes de los trabajadores recogidos en los artículos 19 y 33 de esta ley respectivamente, figura con especial detalle la comunicación de la organización:

[...] deberá asegurarse que no existen obstáculos para la comunicación entre las personas trabajadoras a distancia y sus representantes legales, así como con el resto de personas trabajadoras», y deberá «proporcionar la documentación e información precisa en orden a la acreditación de los requisitos y la conservación de la prestación, así como para garantizar la recepción de notificaciones y comunicaciones³.

Si bien el teletrabajo creció más del doble tras la pandemia del COVID-19, en 2024 se perdió un 25,8 % del que se había incrementado, quedando un total de 3,06 millones de teletrabajadores según el *Monitor Adecco de Oportunidades y Satisfacción en el Empleo*⁴. Las cifras de teletrabajo en 2022 arrojaban que «el 13,1 % de los ocupados teletrabajó, de los que más de la mitad teletrabajaron de forma habitual y el 6,2 % lo hizo de forma ocasional. Son las comunidades de Madrid (22,1 %), Catalunya (15,3 %) y Galicia (12,9 %), las que lideraron las tasas de teletrabajo⁵. En 2024 el 71 % de los 35 000 trabajadores encuestados consideró que ha adoptado estilos de vida pensando que el teletrabajo seguiría vigente, casi 2 de cada 5 encuestados creen que el teletrabajo no es negociable y «el 41 % afirmó que su empresa se había vuelto más estricta con la asistencia»⁶.

El grado de *engagement* de los empleados no habría mejorado hoy respecto de hace casi una década, donde los trabajadores españoles se reconocían atados a sus escritorios sin un sentido de empoderamiento y control en su lugar de trabajo, constituyendo los menos motivados por su trabajo en un informe que comparaba la motivación laboral en 17 países⁷. De los 803 entrevistados en España, sólo el 23 % de los trabajadores estaban muy comprometidos o comprometidos en el trabajo-, eran los que menos valoraban la cultura de su empresa, los que menos aprobaban su estrategia y dirección, y finalmente, los que menos creían que su empresa fomentaba el trabajo en equipo y la colaboración y sacaba lo mejor de ellos. De hecho, sólo el 7 % de los españoles encuestados se reconocía altamente conectado y satisfecho, y hasta el 15 % se calificaba altamente desconectado e insatisfecho. La falta de motivación de los trabajadores se ponía en relación con la falta de tecnología móvil, pues el 66 % reconocía que nunca trabajaba

³ BOE (2020).

⁴ THE ADECCO GROUP INSTITUTE (2024).

⁵ RANDSTAD (2024, p. 20, p.7).

⁶ RANDSTAD (2024).

⁷ STEELCASE (2016, p.175, p. 170, p.173).

a distancia, el 28 % algunas veces y el 6 % siempre, unos niveles muy por debajo de las medias mundiales y correlacionadas. También señalaban la necesidad de mejorar un lugar de trabajo más transparente y colaborativo que ofreciera una mayor variedad de espacios.

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) ha concluido que en España el teletrabajo sigue, pero tiende al modelo mixto (alternar la oficina y la casa)⁸. El 57,8 % de encuestados que trabajan creen que su empleo es compatible con teletrabajar; de ellos, el 71,5 % teletrabaja ahora, aunque sea parcialmente (unos niveles similares a 2020).

Para mejorar este escenario nacional junto a la coyuntural solución del teletrabajo durante los tiempo de confinamiento, podríamos mirar al futuro. Las tendencias y orientaciones laborales para el periodo 2023-2027, entre 27 sectores y 45 economías de todas las regiones del mundo encuestadas, incluida España, apuntan a la digitalización y a la comunicación interna⁹. En la mayoría de los países el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones digitales experimentaron un fuerte repunte, siendo el sector del marketing y la comunicación y tecnologías de la información y comunicaciones digitales de los cuatro primeros sectores que más aumentaron en empleos en LinkedIn entre 2018 y 2022. Respecto de la mejora de la estrategia de comunicación interna solo un 12 % de los encuestados la reconocían entre las prácticas empresariales que podrían aumentar la disponibilidad de talento.

En 2023 los datos de empleados de las agencias muestran que el 98 % de ellos desea que las empresas que les tienen en nómina apuesten de manera permanente por una política de trabajo en remoto. La mayoría de trabajadores de las agencias (41 %) se decanta por una política parcial de trabajo en remoto (en virtud de la cual trabajan entre dos y tres días a la semana en la oficina y el resto de su jornada laboral en casa). No obstante, a la fórmula del teletrabajo parcial le sigue de cerca el *home office* como primera opción (40 %)¹⁰.

El objetivo general de esta investigación es desarrollar un estado de la cuestión sobre la comunicación interna en el teletrabajo, en especial del sector puntero del marketing digital.

2. METODOLOGÍA

La metodología utilizada para alcanzar el objetivo es una revisión sistemática de la literatura mediante la búsqueda bibliográfica con los

⁸ AIMC (2023).

⁹ WORLD ECONOMIC FORUM (2023, p. 18, p. 165, p.5).

¹⁰ FLOAT (2021).

descriptores «teletrabajo», «*teleworking*», «*telecommuting*», «comunicación interna» e «*internal communication*» en bases de datos de revistas académicas Scopus y Scholar entre febrero y mayo de 2024.

3. RESULTADOS

3.1. El teletrabajo

La interpretación etimológica de la palabra «teletrabajo» la encontramos en la raíz griega de su palabra: El prefijo tele —que proviene del término griego «telos» (a distancia)— indica que teletrabajo es trabajo realizado fuera del centro físico de trabajo habitual, donde se ubica el empleador. En atención a lo dispuesto en el Acuerdo Marco Europeo sobre Teletrabajo:

[...] el teletrabajo se define como una forma de organización y/o de realización del trabajo utilizando las tecnologías de la información, en el marco de un contrato o de una relación laboral, en la que un trabajo, que también habría podido realizarse en los locales del empresario o del cliente, se ejecuta fuera de esos locales (FEEX, 2021)¹¹.

El uso del e-commerce, el marketing digital, las redes sociales, el correo electrónico corporativo o el uso de videollamadas para mantener reuniones son la nueva rutina de todo tipo de empresas. En el ámbito de las relaciones laborales, el número de personas que optan por trabajar en remoto ha aumentado exponencialmente. Sin embargo, el uso abusivo del teletrabajo puede provocar hiperconectividad y problemas de salud por la falta de ruptura con las herramientas digitales del lugar de trabajo. En este sentido, la sociedad necesita mecanismos legales que protejan a los trabajadores y faciliten la desconexión digital del trabajo fuera del horario laboral¹².

3.2. La comunicación interna digital

La transición hacia un entorno laboral donde los empleados desempeñan sus funciones en remoto ha sido impulsada por diversos factores, como la globalización, los avances tecnológicos y la necesidad de flexibilidad laboral.

Sin embargo, esta transformación no está exenta de retos, y uno de los aspectos críticos que ha surgido es la comunicación interna en las organizaciones. La conexión efectiva entre los equipos virtuales y la

¹¹ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MOVILIDAD LABORAL INTERNACIONAL FEEX (2021).

¹² Paula DE ÍSCAR (2022).

empresa se ha convertido en un componente esencial para el éxito y la cohesión de los perfiles híbridos. «La inexistencia de una verdadera comunicación interna, la rumorología y el secretismo son otros de los inconvenientes con los que se tiene que lidiar en toda institución pública, lo que lleva a desmotivar y generar conflictos entre los propios trabajadores»¹³.

La asociación de empresas consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación (ADECEC, 2019) explica que la comunicación interna ayuda a fomentar un mayor sentimiento de pertenencia, gracias a la generación de modelos productivos de conversación y participación, más cercanos, emocionales y disruptivos, que propician un entorno de diálogo multidireccional y multicanal. De este modo, cada persona aporta su singularidad, talento y capacidad creativa, con el fin de impulsar la innovación y la competitividad¹⁴.

Según el libro blanco del teletrabajo en España (2012), es indispensable desarrollar una estrategia de comunicación interna y externa, que refuerce de manera continuada, los esfuerzos internos y externos, que la institución realiza sobre el Teletrabajo y su impacto en otras políticas, como la Conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la Responsabilidad Social¹⁵.

Son especialmente relevantes a esta investigación los estudios durante el periodo de confinamiento que se detallan a continuación:

En 2021 se entrevista a 50 teletrabajadores de organizaciones austriacas y alemanas para los que el teletrabajo era bastante nuevo, de lo que se concluye el importante papel de la comunicación para contribuir al compromiso organizativo de los teletrabajadores y el reto estratégico para los profesionales de la comunicación interna¹⁶.

Otro estudio del mismo periodo señala como principales predictores del compromiso de los empleados la comunicación bidireccional y el contenido de la comunicación interna de crisis, así como el mediador de la conexión social en la relación entre las nuevas formas de trabajo y el compromiso de los empleados¹⁷.

Otro estudio durante la crisis sanitaria, esta vez con responsables de comunicación socios de Dircom en España, concluyó que la función directiva y estratégica es crucial para los retos que conllevan realizar adaptaciones sin precedentes ni directrices y para las que se desarrollaron múltiples herramientas digitales para conectar emocionalmente con los empleados y transmitir seguridad; asimismo, implicó «nuevas

¹³ Héctor Omar CHARRY (2018).

¹⁴ ADECEC (2019).

¹⁵ FUNDACIÓN MÁSFAMILIA (2012).

¹⁶ Julia STRANZL, *et al.* (2024).

¹⁷ Ganga Sasidharan DHANESH *et al.* (2021).

lagunas, como la necesidad de autogestión de los empleados, junto con los retos de gestión que plantean la ambigüedad, la privacidad, la exactitud y seguridad de los datos y el equilibrio entre vida laboral y personal en el contexto del teletrabajo»¹⁸.

En la misma línea de estudios durante la pandemia y con especialistas en comunicación interna y jefes de las unidades en Lituania, pero en una organización del sector público como es un Ministerio, se aplicaron métodos de observación y entrevistas semiestructuradas para concluir la capacidad de los nuevos canales de comunicación —como las reuniones en línea de la alta dirección con los empleados— para crear una conexión personal, motivar al equipo y finalmente, resolver los problemas de comunicación interna y adaptarse a la nueva realidad¹⁹.

Una de las soluciones a las empresas para que sean más competitivas tras el estudio de 837 trabajadores portugueses, tanto teletrabajadores como no teletrabajadores en el tiempo de la pandemia, es aplicar una escala de percepción de la comunicación interna compuesta por tres factores: información organizativa —especialmente alta para los teletrabajadores—, comunicación con los supervisores y comunicación entre compañeros²⁰.

Otra de las propuestas de la mano de investigadores de Finlandia tras la realización de entrevistas de grupo semiestructuradas y el análisis temático cualitativo, es la generación de debates visuales —fotografías, vídeos cortos— tanto en canales oficiales —para instruir sobre las tareas, la seguridad en el trabajo o para enfatizar el mensaje que se quiere comunicar, o bien emocionales para elevar el espíritu de equipo—, como en canales no oficiales de las empresas —donde se podría usar el humor—, lo que depende en gran medida del contexto y la naturaleza del trabajo²¹.

Finalmente, un estudio en el sector de las instituciones de educación superior privadas y públicas durante la pandemia resume las características de la comunicación organizacional a través del trabajo a distancia; buenas relaciones de trabajo. Aunque recomienda una mejor conexión entre docentes y administración, por los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas: «poco diálogo entre docentes y autoridades, disminución de la comunicación real y falta de aprendizaje virtual y uso de herramientas digitales, falta de capacitación, poca evaluación del desempeño, poca consideración de opiniones y poco conocimiento para resolver problemas de manera efectiva»²².

¹⁸ Joan CUENCA-FONTBONA *et al.* (2022), p. 8.

¹⁹ Vytautas BENIŪŠIS (2023).

²⁰ Patrícia GOMES *et al.* (2023).

²¹ Altti NÄSI (2023).

²² Kaira Melisa TICONA-HUANCA *et al.* (2023), p. 14.

Para avanzar hacia un estudio de la digitalización de la comunicación interna como un proceso de transformación dentro de las organizaciones, debemos investigar la eficacia de los canales de comunicación interna como por ejemplo las plataformas de colaboración, los canales que permiten el trabajo a distancia y el rol de la gamificación en un enfoque de comunicación interactivo, así como responder a las preocupaciones de los empleados relativas a su privacidad, el control y accesibilidad a los datos²³.

3.3. El marketing digital

El objetivo del marketing digital es la implantación de estrategias de comercialización a través de los medios digitales, centrándose sobre todo en internet y en todos los campos que le rodean. Los métodos empleados con anterioridad en el ámbito offline (todas aquellas iniciativas no digitales), son replicados e imitados con el objetivo de lograr técnicas y teorías de marketing predefinidas en estos nuevos medios de comunicación. Además este entorno digital aporta velocidad tanto de transmisión como de recepción en los nuevos canales así como la posibilidad de mediciones de resultados en tiempo real²⁴.

Una agencia de marketing digital se ocupa de satisfacer las necesidades que pueden tener las empresas y aprovechar las máximas oportunidades que ofrece el escaparate de Internet.

La dinámica cambiante en el ámbito laboral, especialmente en agencias de marketing digital, donde la tecnología y la comunicación desempeñan un papel central, destaca la necesidad de reforzar el sentimiento de pertenencia a través de una efectiva comunicación interna. En un contexto laboral híbrido, donde la flexibilidad y la adaptabilidad son fundamentales, el sentimiento de pertenencia aporta cohesión y colaboración al equipo.

La creciente adopción de modelos de trabajo remoto, especialmente en el contexto de perfiles híbridos, ha planteado nuevos desafíos en el ámbito empresarial: tasas de temporalidad, riesgo de pobreza salarial, precariedad laboral y una fuerte segmentación. A los retos que ya se planteaban en el ámbito laboral español, se suman nuevos desafíos que obligan a afrontar los cambios post-COVID-19 en los procesos de globalización y digitalización, y el uso de fórmulas eficaces de incremento de productividad que aumenten la calidad en el empleo y reduzcan la existencia de brechas salariales y profesionales.

²³ Ana TKALAC VERČIČ *et al.* (2024).

²⁴ Borja MENÉNDEZ DÍAZ (2015).

Uno de los principales retos del teletrabajo ha sido la falta de contacto personal con el resto del equipo. Un reciente informe de la Organización Internacional del Trabajo analizaba el tiempo de trabajo y la conciliación de la vida laboral y personal en el mundo y sus dificultades porque, ahora que el trabajo a distancia está cambiando y creciendo a un ritmo vertiginoso, es más importante que nunca aprender a desenvolverse en esta dinámica de la mejor manera posible²⁵.

Estudios previos en dos consultoras de comunicación en Perú han demostrado que la gestión de la comunicación interna incentiva el compromiso y la productividad en el trabajo híbrido de 17 colaboradores entrevistados²⁶.

4. DISCUSIÓN

Parece que la solución preferida por el personal y los empleadores teniendo en cuenta los datos a los que se ha tenido acceso en esta revisión, pasaría por el modelo híbrido de teletrabajo (teletrabajo parcial o teletrabajo a tiempo parcial). Los días que no se acude al lugar de trabajo ahorrarían tiempo de desplazamiento, mejorando la conciliación, mientras el resto de días en la oficina reducirían la sensación de aislamiento, y garantizarían una gestión del tiempo más eficiente. Este modelo aún exigiría una conectividad permanente y habría que estudiar si mejoraría la dificultad de comunicación del personal con la dirección, especialmente en el sector de las tecnologías y el marketing digital.

Desarrollar y mantener relaciones positivas con el equipo cuando el trabajo se realiza de forma remota repercute en la comunicación dentro de la empresa. Esto puede generar sentimientos de soledad y aislamiento en los equipos. Sin embargo, una comunicación interna efectiva puede superar estos desafíos.

La relevancia social de esta investigación se evidencia en la creciente prevalencia de modelos de trabajo híbridos, donde la comunicación interna se erige como el vínculo vital para preservar la cohesión organizacional. Abordar esta problemática no solo beneficia a las organizaciones al mejorar la productividad y la moral de sus empleados, sino que también tiene implicaciones más amplias en el contexto socioeconómico, contribuyendo a la construcción de entornos laborales más resilientes y adaptativos. La comunicación interna bien gestionada facilita la conexión entre los miembros del equipo, independientemente de su ubicación física, fomentando un entorno donde se comparten ideas, se promueve la colaboración y se construyen relaciones sólidas.

²⁵ ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2023).

²⁶ Andrea BARRENECHEA y Andrea GAMONAL. (2022).

El impacto de esta investigación podría cifrarse en las recomendaciones que se realicen al sector y al regulador, así como a los empleados de agencias de marketing digital. La brecha laboral, acompañada de la apatía y la falta de arraigo, actúan como un virus corrosivo dentro de cualquier organización, desencadenando efectos devastadores. Esta desconexión conlleva a la indiferencia, sembrando mediocridad, desorden y desconexión, lo que propicia la fuga de talentos valiosos de aquellos individuos que anhelan algo más que una mera ocupación. Son personas que buscan sentirse plenas, encontrar un propósito en su labor diaria y contribuir con significado a su entorno profesional, según Guillen (2020), quien ha desarrollado una escala para medir el grado de sentido profesional²⁷. La falta de este sentido de pertenencia y realización personal puede llevar a buscar oportunidades que les ofrezcan un mayor sentido de satisfacción y propósito en sus vidas laborales.

5. CONCLUSIONES

Se han identificado las siguientes prácticas de teletrabajo que fortalecen la conexión entre el personal teletrabajador y la empresa:

1. La gestión de la comunicación interna, comunicación con el supervisor, clima laboral positivo, cultura organizacional positiva, uso de tecnologías remotas y permisividad en el horario laboral.

2. El fortalecimiento del sentimiento de pertenencia conlleva beneficios significativos tanto a nivel personal como empresarial. A nivel individual, sentirse parte integral de una empresa contribuye al bienestar emocional y al sentido de identidad profesional. A nivel empresarial supone un mayor rendimiento, una mayor productividad y mejor retención del talento humano.

3. Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) están promoviendo el teletrabajo como una alternativa laboral innovadora que desvincula las oportunidades de empleo de la necesidad de presencia física. Este enfoque inclusivo fomenta el desarrollo de habilidades digitales en los usuarios mediante el uso de herramientas y aplicaciones tecnológicas, lo cual no solo mejora la calidad de vida de los ciudadanos, sino que también impulsa el crecimiento productivo de sus comunidades.

²⁷ GUILLEN (2020)

6. REFERENCIAS.

- ASOCIACIÓN DE CONSULTORAS DE COMUNICACIÓN ADECEC (2019), «Comunicación interna, gran aliada en los nuevos modelos de negocio». https://www.asociacionadc.org/wp-content/uploads/2019/03/CI_ADECEC.pdf.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MOVILIDAD LABORAL INTERNACIONAL – FEEX (2021), *Libro blanco sobre teletrabajo Internacional*. <https://feex.org/wp-content/uploads/2022/06/Libro-blanco-sobre-Teletrabajo-Internacional.pdf>.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC), (2023), *Estudio Navegantes en la Red*. http://download.aimc.es/aimc/gtre3y6/naveg2022_principales_resultados.pdf.
- BARRENECHEA, Andrea y GAMONAL, Andrea (2022), *La gestión de la comunicación interna para incentivar el compromiso y productividad de los colaboradores en el trabajo híbrido*, Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/667359>.
- BENIUŠIS, Vytautas (2023), «Internal Communication Challenges and Their Solution When Hybrid Work Is Implemented in a Public Sector Organization: The Case Study of the Ministry of Transport and Communications of the Republic of Lithuania | Vidinės Komunikacijos Iššūkiai Ir Jų Sprend», *Information and Media*, vol. 95, pp. 94–115.
- CHARRY, Héctor Omar (2018), «La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público», *Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, *Comuni@cción*, vol. 9, núm 1, pp. 25-34. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>.
- DE ÍSCAR, Paula (2022), «Corporate social responsibility in cooperatives: good practices on digital disconnection», *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 2022.
- CUENCA-FONTBONA, Joan, COMPTE-PUJOL, Marc, SUELDO, Mariana (2022), «The Function of Internal Communication during the COVID-19 Health Crisis: Transformation or Transubstantiation? | La Funció de La Comunicació Interna Durant La Crisi Sanitària de La COVID-19: ¿transformació o Transsubstanciació? | La Función de La Comunic». *Analisi*, vol. 67, pp. 7–26.
- DHANESH, Ganga Sasidharan, PICHERIT-DUTHLER, Gaelle (2021), «Remote Internal Crisis Communication (RICC)–Role of Internal Communication in Predicting Employee Engagement during Remote Work in a Crisis», *Journal of Public Relations Research*, vol. 33, núm. 5, pp. 292–313.
- FÉLIX, Anabela (2021), «Internal Communication and Brand Consistency: The Role of Digital Media and Social Networks at the Time of COVID-19 | A Comunicação Interna e a Consistência Da Marca: O Papel Das Mídias e Redes Sociais Digitais Na Era COVID-19», *RISTI, Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, núm. E45, pp. 115-129.
- FLOAT (2021). «Global Agency Productivity Report», <https://www.float.com/blog/2021-global-agency-productivity-report>.
- FUNDACIÓN MÁSFAMILIA (2012), «Libro del teletrabajo en España», <https://w110.bcn.cat/fixxers/webempreses/llibroblancodelteletrabajo.134.pdf>.
- GALLUP (2023). «The State of the Global Workplace: 2023 Report». <https://www.gallup.com/workplace/349484/state-of-the-global-workplace.aspx>.

- GOMES, Patrícia, SANTOS, Eulália, MARTINS, Elisete (2023), «An Exploratory Analysis of Internal Communication in Times of the COVID-19 Pandemic», *Global Business and Organizational Excellence*, vol. 42, núm. 5, pp. 37-49. <https://doi.org/10.1002/joe.22204>.
- GUILLEN, M. (2020). *Motivation in Organisations: Searching for a Meaningful Work-Life Balance*, 1.^a ed. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429317293>.
- MENÉNDEZ DÍAZ, Borja (2015), *Plan de negocio agencia de marketing digital*, Trabajo final máster, Madrid, Universidad Carlos III. <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/89a6214a-4dbe-419f-90f6-116627f0ac37/content>.
- NÄSI, Altti (2023), «Visual Discussion as Part of Internal Organization Communication—Functions and Significance», *Journalism and Media*, vol. 4, núm. 1, pp. 60–74.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (2023), «Tiempo de trabajo y conciliación de la vida laboral y personal en el mundo». <https://www.ilo.org/es/publications/tiempo-de-trabajo-y-conciliacion-de-la-vida-laboral-y-personal-en-el-mundo>.
- RANDSTAD (2024). *Randstad workmonitor 2024*. https://dghqs88jwcgws.cloudfront.net/wp-content/uploads/2024/02/randstad_workmonitor_2024.pdf?x68837.
- STEELCASE (2016), «Engagement and the Global Workplace». https://cdn2.hubspot.net/hubfs/1822507/2016-WPR/EN/2016-WPR-PDF-360FullReport-EN_.pdf.
- STRANZL, Julia, RUPPEL, Christopher, EINWILLER, Sabine (2024), «Staying Emotionally Connected While Being Physically Apart – Exploring What Teleworkers Need to Stay Committed and How Internal Communication Can Contribute», *Journal of Communication Management*, vol. 28, núm. 2, pp. 272-293.
- THE ADECCO GROUP INSTITUTE (2024). *Monitor Adecco de Oportunidades y Satisfacción en el Empleo*. <https://www.adeccoinstitute.es/empleo-y-relaciones-laborales/monitor-adecco-de-oportunidades-y-satisfaccion-en-el-empleo-3>.
- TKALAC VERČIČ, Ana, VERČIČ, Dejan, ČOŽ, Sinja, ŠPOLJARIĆ, Anja (2024), «A Systematic Review of Digital Internal Communication», *Public Relations Review*, vol. 50, núm. 1.
- TICONA-HUANCA, Kaira Melisa, AGUIRRE-PARRA, Pamela, CORDOVA-BUIZA, Franklin (2023), «Internal Organizational Communication in Remote Work: An Analysis of Higher Education Entities», *IBIMA Business Review*, 2023.
- VARGAS, Óscar *et al.* (2023), «El aumento del teletrabajo: impacto en las condiciones de trabajo y la normativa». <https://www.eurofound.europa.eu/es/publications/2022/el-aumento-del-teletrabajo-impacto-en-las-condiciones-de-trabajo-y-la-normativa>.
- WORLD ECONOMIC FORUM (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2023.pdf

EL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES (ARS) PARA EL ESTUDIO DEL EFECTO BUMERÁN EN LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES

Rafael CARRASCO POLAINO
Universidad Complutense de Madrid

Miguel Ángel MARTÍN CÁRDABA
Universidad Villanueva

1. INTRODUCCIÓN

El análisis de redes sociales (ARS) se ha consolidado como una metodología eficaz para estudiar la dinámica de la comunicación en plataformas digitales. Esta técnica permite mapear y cuantificar las relaciones e interacciones entre individuos, grupos y organizaciones, proporcionando una visión profunda de cómo fluye la información y cómo se forman las opiniones en entornos sociales. En el contexto de las campañas de comunicación, el ARS es particularmente útil para identificar y comprender fenómenos complejos como el efecto bumerán, donde un mensaje o campaña puede producir resultados contrarios a los esperados¹.

El efecto bumerán, conceptualizado por primera vez en estudios de comunicación persuasiva, se refiere a la reacción adversa que pueden generar ciertos mensajes, especialmente cuando estos son percibidos

¹ D. J. WATTS (2004), pp. 243-270.

como manipuladores o intrusivos². Este fenómeno es de particular relevancia en el entorno digital contemporáneo, donde las campañas de comunicación son rápidamente difundidas y comentadas en redes sociales, amplificando tanto sus impactos positivos como negativos³.

El ARS permite no sólo visualizar estas dinámicas, sino también identificar a los actores clave y comunidades que pueden amplificar o mitigar el efecto bumerán. Los nodos (individuos o entidades) y las aristas (conexiones entre nodos) en una red social proporcionan una estructura que facilita la comprensión de cómo se disemina la información y cómo se forman las respuestas colectivas⁴. Mediante el análisis de la centralidad y la detección de comunidades, es posible identificar a los líderes de opinión y los grupos más susceptibles al efecto bumerán.

En este contexto, la presente investigación se centra en la aplicación del ARS para analizar el efecto bumerán en campañas de comunicación. Utilizando datos extraídos de plataformas de redes sociales como X y Facebook, este estudio busca mapear las interacciones y evaluar cómo ciertos mensajes pueden desencadenar respuestas negativas, proporcionando así una herramienta valiosa para diseñadores de campañas que buscan maximizar el impacto positivo de sus comunicaciones y minimizar efectos adversos.

2. FUNDAMENTOS DEL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

El ARS se basa en la teoría de grafos, donde las entidades son representadas como nodos y las relaciones entre ellas como aristas. Esta representación permite analizar la estructura y la dinámica de las redes sociales de manera cuantitativa y cualitativa⁵.

Algunos de los conceptos clave en el ARS son:

En primer lugar, la centralidad, que mide la importancia de un nodo dentro de la red, identificando nodos que son cruciales para la diseminación de información. La centralidad puede ser de varios tipos, incluyendo centralidad de grado, de cercanía, y de intermediación⁶.

Los nodos se agrupan en comunidades. Subgrupos dentro de una red que tienen más conexiones internas que externas. La detección de

² C. I. HOVLAND, I. L. JANIS Y H. H. KELLEY (1953).

³ A. M. KAPLAN Y M. HAENLEIN (2010), pp. 59-68.

⁴ L. C. FREEMAN (2004).

⁵ M. E. J. NEWMAN (2010).

⁶ S. P. BORGATTI (2005), pp. 55-71.

comunidades es crucial para entender cómo se organizan y funcionan las redes sociales⁷.

Además, existen los puentes estructurales, que son nodos que conectan diferentes comunidades, jugando un papel crucial en la diseminación de información entre subgrupos⁸.

3. EL EFECTO BUMERÁN EN LA COMUNICACIÓN

El efecto bumerán en la comunicación se refiere a situaciones donde una campaña o mensaje produce resultados contrarios a los esperados. Este fenómeno fue inicialmente descrito en estudios de comunicación persuasiva, donde se observó que mensajes percibidos como manipulativos o coercitivos pueden generar resistencia y rechazo⁹. En el contexto de las redes sociales, el efecto bumerán puede ser amplificado debido a la rápida y extensa difusión de los mensajes y las reacciones de los usuarios¹⁰.

La teoría de la reactancia de Brehm (1966) es fundamental para entender el efecto bumerán. Esta teoría postula que los individuos experimentan una reacción emocional negativa cuando perciben una amenaza a su libertad de elección, lo que puede llevarlos a adoptar actitudes y comportamientos opuestos a los promovidos por el mensaje. En el entorno de las redes sociales, esta reactancia puede ser exacerbada por la naturaleza pública y viral de las interacciones¹¹.

4. APLICACIONES DEL ARS EN EL ESTUDIO DEL EFECTO BUMERÁN

El ARS ofrece una metodología robusta para estudiar el efecto bumerán en campañas de comunicación. Mediante el análisis de las interacciones y la estructura de las redes sociales, es posible identificar patrones y factores que contribuyen a este fenómeno.

Algunas aplicaciones específicas que incluye esta metodología podrían ser la identificación de influencers y líderes de opinión detectando nodos con alta centralidad de intermediación que pueden ser identificados como influenciadores clave que tienen la capacidad de amplificar o mitigar el efecto bumerán¹².

⁷ S. FORTUNATO (2010), pp. 75-174.

⁸ M.S. GRANOVETTER (1973), pp. 1360-1380.

⁹ J.W. BREHM (1966).

¹⁰ T. VAN LAER y K. DE RUYTER (2010).

¹¹ H. LEE y S.M. JANG (2013), pp. 1422-1436.

¹² E. KATZ, y P.F. LAZARSFELD (1955).

También se puede realizar un análisis de sentimiento, que consiste en evaluar el sentimiento de los mensajes en la red social puede proporcionar información sobre la percepción del público hacia la campaña, permitiendo identificar rápidamente reacciones negativas¹³.

Además, la detección de comunidades a la hora de analizar cómo se forman y evolucionan las comunidades alrededor de un tema puede ayudar a entender cómo se difunde el efecto bumerán y qué grupos son más susceptibles a este¹⁴.

El ARS proporciona, en definitiva, una herramienta poderosa para analizar y entender el efecto bumerán en campañas de comunicación. Al combinar técnicas de análisis estructural y de contenido, los investigadores y profesionales de la comunicación pueden diseñar estrategias más efectivas para minimizar los impactos negativos y maximizar la eficacia de sus mensajes.

5. PROCESO DEL ANÁLISIS DE REDES SOCIALES

Como se indicaba anteriormente, el análisis de redes sociales (ARS) se basa en la teoría de grafos y la teoría de redes, proporcionando un marco teórico y metodológico robusto para el estudio de las estructuras sociales. Esta metodología permite mapear y analizar las relaciones e interacciones entre individuos, grupos y organizaciones, revelando patrones y estructuras subyacentes que no son evidentes a simple vista¹⁵.

En el ARS, las entidades individuales se representan como nodos y las relaciones entre ellos como aristas. Esta representación gráfica permite la visualización y el análisis cuantitativo de las redes sociales. La teoría de grafos, desarrollada inicialmente en el ámbito de las matemáticas, proporciona las herramientas necesarias para analizar las propiedades estructurales de las redes, tales como la conectividad, la distancia y la centralidad¹⁶.

Dentro de la metodología ARS existen una serie de conceptos fundamentales como son el de centralidad como medida de la importancia de un nodo dentro de una red. Existen varios tipos de centralidad, cada uno capturando diferentes aspectos de la posición de un nodo en la red¹⁷.

La centralidad de grado mide el número de conexiones directas que un nodo tiene. Un nodo con alta centralidad de grado es un actor clave

¹³ B. PANG, y L. LEE (2008), pp. 1-135.

¹⁴ M. GIRVAN, y M. E. J. NEWMAN (2002), pp. 7821-7826.

¹⁵ J. SCOTT (2017).

¹⁶ D. B. WEST (2001).

¹⁷ L. C. FREEMAN (1979), pp. 215-239.

debido a su alto número de conexiones¹⁸. Por otro lado, la centralidad de cercanía mide la distancia promedio desde un nodo a todos los demás nodos en la red. Un nodo con alta centralidad de cercanía puede difundir información rápidamente a través de la red¹⁹. Por último, existe la centralidad de intermediación, que mide la frecuencia con la que un nodo actúa como intermediario en las rutas más cortas entre otros nodos. Un nodo con alta centralidad de intermediación tiene una posición estratégica para controlar el flujo de información.

Otro concepto relevante es relacionado con las comunidades, que son subgrupos de nodos dentro de una red que están más densamente conectados entre sí que con el resto de la red. La detección de comunidades es crucial para entender la organización interna y la dinámica de las redes sociales. Los métodos de detección de comunidades, como el algoritmo de Louvain, permiten identificar estas estructuras, proporcionando información sobre cómo se agrupan los nodos y cómo interactúan entre ellos²⁰.

Por último, y como se mencionaba anteriormente, los puentes estructurales son nodos que conectan diferentes comunidades dentro de una red. Estos nodos desempeñan un papel crucial en la diseminación de información entre subgrupos, actuando como enlaces que facilitan la comunicación y la transferencia de conocimiento. La presencia de puentes estructurales puede influir significativamente en la cohesión y la integración de la red.

De esta forma y a través de estos conceptos en el ámbito de la comunicación, el ARS permite analizar cómo se disemina la información y cómo se forman las opiniones en las redes sociales. Esto es particularmente relevante en el estudio del efecto bumerán, donde la identificación de influenciadores y comunidades puede ayudar a entender y mitigar los efectos adversos de las campañas de comunicación.

5.1. Recopilación de datos

La recopilación de datos es una etapa crucial en el análisis de redes sociales (ARS), ya que la calidad y la precisión de los datos afectan directamente la validez de los resultados del análisis. En el contexto del ARS, la recopilación de datos implica la obtención de información sobre las interacciones entre los nodos en una red. Esta información puede ser recolectada a través de diversas fuentes y técnicas, dependiendo del tipo de red y del propósito del estudio²¹.

¹⁸ S. P. BORGATTI y M. G. EVERETT (2006), pp. 466-484.

¹⁹ S. WASSERMAN y K. FAUST (1994).

²⁰ V. D. BLONDEL, J.-L. GUILLAUME, R. LAMBIOTTE y E. LEFEBVRE (2008), pp. 10008.

²¹ J. SCOTT y P. J. CARRINGTON (eds.) (2011).

Para la recopilación de datos las fuentes principales son las plataformas de redes sociales como X, Facebook e Instagram que resultan fuentes ricas de datos para el ARS. Estas plataformas permiten acceder a información detallada sobre las interacciones entre los usuarios, como menciones, comentarios, retweets, likes y compartidos. La API de Twitter, por ejemplo, es una herramienta comúnmente utilizada para extraer datos relacionados con tweets, hashtags y perfiles de usuarios²².

Otra fuente de datos son las encuestas y cuestionarios, que pueden ser diseñados para recoger información específica sobre las relaciones y la comunicación entre individuos. Este método es útil para obtener datos detallados sobre redes egocéntricas y redes personales, donde se requiere información sobre las conexiones directas de un individuo²³.

También existen bases de datos públicas que contienen información estructurada sobre relaciones y redes, como las redes de citas académicas (Google Scholar, Web of Science) y las redes de colaboración en proyectos de investigación. Estas bases de datos son valiosas para estudios longitudinales y análisis de redes grandes y complejas²⁴.

De la misma forma se pueden utilizar también diferentes técnicas de minería de datos como la extracción de Datos a través de APIs, proporcionadas por las plataformas de redes sociales permiten la extracción automatizada de grandes volúmenes de datos. Por ejemplo, la API de Twitter permite acceder a datos sobre tweets, usuarios, y tendencias, facilitando la construcción de redes basadas en menciones, retweets y seguidores²⁵.

El web scraping también es una técnica utilizada para extraer datos de sitios web cuando las APIs no están disponibles o son limitadas. Herramientas como BeautifulSoup y Scrapy en Python son ampliamente utilizadas para este propósito. El web scraping es útil para recolectar datos de comentarios, foros y otros contenidos generados por usuarios en sitios web²⁶.

En relación con la obtención o extracción de datos es importantes tener en cuenta ciertas consideraciones Éticas. La recopilación de datos para el ARS debe realizarse considerando los aspectos éticos, como la privacidad y el consentimiento de los participantes. Es fundamental asegurar que los datos sean anonimizados y que se respeten las políticas de privacidad de las plataformas de redes sociales y las regulaciones legales pertinentes²⁷.

²² A. BRUNS y S. STIEGLITZ (2013), pp. 91-108.

²³ P. V. MARSDEN (2011), pp. 370-388.

²⁴ K. BÖRNER, C. CHEN y K. W. BOYACK (2003), pp. 179-255.

²⁵ F. MORSTATTER, J. PFEFFER, H. LIU y K. M. CARLEY (2013), p. 400-408.

²⁶ R. MITCHELL (2015).

²⁷ M. ZIMMER, (2010), pp. 313-325.

5.2. Creación de la red

La creación de la red es una etapa fundamental en el análisis de redes sociales (ARS). Este proceso implica transformar los datos recopilados en una representación gráfica de la red, donde los nodos representan a los actores y las aristas las relaciones o interacciones entre ellos. La calidad y la precisión de esta representación son cruciales para la validez de los análisis subsiguientes²⁸.

El primer paso en la creación de una red es identificar los nodos y las aristas a partir de los datos recopilados. Los nodos pueden representar individuos, organizaciones o cualquier entidad de interés, mientras que las aristas representan las conexiones o interacciones entre estos nodos.

En una red social, los nodos generalmente representan usuarios o actores. En el contexto de las redes sociales en línea, estos nodos pueden ser perfiles de usuario en plataformas como Twitter, Facebook o Instagram.

Las aristas pueden representar diversos tipos de relaciones, como amistad, seguimiento, menciones, retweets, comentarios, entre otros. La naturaleza de las aristas dependerá del tipo de interacción que se esté analizando.

Las redes pueden ser dirigidas o no dirigidas, ponderadas o no ponderadas, dependiendo de la naturaleza de las interacciones. En las redes dirigidas las aristas tienen una dirección, indicando un flujo de información o influencia de un nodo a otro. Por ejemplo, en Twitter, un retweet o una mención es una relación dirigida. En el caso de las redes no dirigidas las aristas no tienen dirección y representan relaciones bidireccionales. Un ejemplo podría ser una red de amistad en Facebook, donde la amistad es mutua. Por último, existen las redes ponderadas, en donde las aristas tienen un peso que indica la fuerza o frecuencia de la relación. Por ejemplo, la cantidad de mensajes intercambiados entre dos usuarios²⁹.

Una vez identificados los nodos y las aristas, se construye una matriz de adyacencia. Esta matriz es una representación matemática de la red, donde las filas y columnas corresponden a los nodos y las celdas indican la presencia y, en su caso, el peso de una arista entre dos nodos³⁰.

²⁸ D. HANSEN, B. SHNEIDERMAN y M.A. SMITH (2010).

²⁹ A. BARRAT, M. BARTHELEMY, R. PASTOR-SATORRAS y A. VESPIGNANI (2004), pp. 3747-3752.

³⁰ S. BOCCALETTI, V. LATORA, Y. MORENO, M. CHAVEZ y D.-U. HWANG (2006), pp. 175-308.

5.3. Análisis de la estructura de la red

El análisis de la estructura de la red es una etapa esencial en el análisis de redes sociales (ARS), ya que permite comprender la organización y las dinámicas internas de las redes sociales. Este análisis se centra en examinar las propiedades estructurales de la red, identificando patrones de conexión, nodos clave, y comunidades dentro de la red. A través de técnicas cuantitativas y cualitativas, el ARS proporciona insights sobre cómo se disemina la información y cómo se forman las influencias dentro de una red.

Como se ha mencionado anteriormente, las medidas de centralidad son fundamentales para identificar los nodos más importantes dentro de una red. Estas medidas permiten determinar cuáles nodos tienen un papel crucial en la diseminación de información y la formación de influencias. También la detección de comunidades son técnicas muy útiles a la hora de analizar la estructura de la red, pero estos conceptos ya se han descrito con anterioridad.

Los conceptos que hacen referencia a las características básicas de una red en cuanto a su estructura no de forma relativa a las características fundamentales de sus miembros si no en cuanto a cómo se relacionan estos miembros entre sí son la cohesión de la red, que se refiere a la medida en que los nodos están conectados entre sí. Las redes altamente cohesivas tienden a ser más robustas y resistentes a la fragmentación. Los puentes estructurales son nodos que conectan diferentes comunidades y facilitan la diseminación de información entre ellas.

Además, la densidad de la red, que es una medida de la proporción de conexiones presentes en la red en relación con el número total posible de conexiones. Una alta densidad indica una red bien conectada, lo que puede facilitar la rápida difusión de información.

Por último, el coeficiente de agrupamiento, que mide la tendencia de los nodos a formar clústeres o tríadas cerradas. Un alto coeficiente de agrupamiento indica que los amigos de un nodo también tienden a ser amigos entre sí, lo que sugiere una fuerte cohesión local³¹.

5.4. Evaluación del contenido

La evaluación del contenido es una etapa crítica en el análisis de redes sociales (ARS) que complementa el análisis estructural al proporcionar insights sobre la naturaleza y el tono de las interacciones dentro de la red. Este análisis implica examinar el texto y el contexto de las

³¹ D. J. WATTS y S. H. STROGATZ (1998), pp. 440-442.

comunicaciones para entender mejor cómo se perciben y difunden los mensajes. La evaluación del contenido puede incluir análisis de sentimiento, análisis temático y detección de tendencias, lo cual es esencial para estudios de comunicación y marketing, entre otros.

El análisis de sentimiento se utiliza para determinar la polaridad (positiva, negativa o neutral) de los mensajes en las redes sociales. Este tipo de análisis es crucial para evaluar la percepción pública de una campaña de comunicación y para detectar posibles efectos bumerán³².

Para analizar el sentimiento se puede realizar un análisis léxico, que utiliza diccionarios de palabras con etiquetas de sentimiento (por ejemplo, positivo o negativo). Herramientas como VADER (Valence Aware Dictionary for Sentiment Reasoning) son populares para el análisis de sentimiento en redes sociales debido a su precisión y facilidad de uso³³.

También es común el uso de modelos de machine learning, que entrenan algoritmos de aprendizaje automático para clasificar el sentimiento basado en ejemplos etiquetados. Estos modelos pueden utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PLN) como TF-IDF, embeddings de palabras, y redes neuronales recurrentes (RNN)³⁴.

El análisis de sentimiento puede ayudar a identificar la reacción del público a una campaña de comunicación, permitiendo ajustar estrategias en tiempo real. Por ejemplo, un aumento en el sentimiento negativo puede indicar la necesidad de modificar el mensaje o abordar preocupaciones específicas³⁵.

Por otro lado, el análisis temático se centra en identificar y explorar los temas recurrentes en el contenido de las redes sociales. Esta técnica es útil para entender los principales intereses y preocupaciones de los usuarios en relación con una campaña específica³⁶.

Para realizar un análisis temático se puede acudir a la codificación manual, que involucra la revisión manual de textos para identificar temas y patrones recurrentes. Este enfoque es intensivo en tiempo, pero proporciona un entendimiento profundo y contextualizado³⁷. También resulta práctico utilizar algoritmos automáticos que utilizan métodos como LDA (Latent Dirichlet Allocation) para identificar temas de manera automática. Estas técnicas son eficientes para grandes volúmenes de datos, aunque pueden requerir ajustes para mejorar la precisión³⁸.

³² B. LIU (2012).

³³ C. J. HUTTO y E. GILBERT (2014), p. 216-225.

³⁴ R. SOCHER, A. PERELYGIN, J. Y. WU, J. CHUANG, C. D. MANNING, A. Y. NG y C. POTTS (2013), p. 1631-1642.

³⁵ A. PAK y P. PAROUBEK (2010) p. 1320-1326.

³⁶ V. BRAUN y V. CLARKE, (2006), pp. 77-101.

³⁷ G. W. RYAN y H. R. BERNARD (2003), pp. 85-109.

³⁸ D. M. BLEI, A. Y. NG y M. I. JORDAN (2003), pp. 993-1022.

El análisis temático puede revelar cómo los diferentes segmentos de la audiencia perciben una campaña y qué aspectos del mensaje resuenan más con ellos. Esto es útil para segmentar la audiencia y personalizar mensajes futuros para mejorar la efectividad de la comunicación³⁹.

La detección de tendencias implica identificar patrones y cambios en el contenido de las redes sociales a lo largo del tiempo. Esto puede incluir el monitoreo de hashtags, palabras clave y menciones para detectar picos en la actividad o cambios en la percepción pública⁴⁰.

Para detectar tendencias se puede realizar un análisis temporal, que examina cómo cambia la frecuencia de ciertas palabras o temas a lo largo del tiempo. Herramientas como Google Trends y análisis de series temporales pueden ser útiles para este propósito⁴¹ o también, por ejemplo, un análisis de co-ocurrencia: Estudia cómo ciertas palabras o hashtags aparecen juntas en los mensajes, lo que puede indicar asociaciones emergentes y nuevos temas de interés⁴². La detección de tendencias puede alertar a los profesionales de la comunicación sobre cambios importantes en la percepción pública, permitiéndoles reaccionar rápidamente a nuevas oportunidades o amenazas. Por ejemplo, un aumento repentino en la mención de un problema específico puede requerir una respuesta de comunicación inmediata⁴³.

La identificación de patrones de efecto bumerán es crucial en el análisis de redes sociales (ARS) ya que permite comprender cómo ciertas campañas de comunicación pueden generar resultados opuestos a los esperados. A diferencia de los apartados previos que se enfocan en la recopilación y análisis de datos estructurales y de contenido, este apartado se concentra en cómo los datos recopilados pueden revelar reacciones adversas específicas dentro de la red.

El análisis de la difusión de información examina cómo se propagan los mensajes a través de la red. Identificar patrones de difusión puede revelar cómo se expande el efecto bumerán y qué nodos (usuarios) son clave en este proceso⁴⁴. Para ello se pueden crear mapas de difusión utilizando algoritmos de propagación y analizar las rutas de los mensajes negativos. Evaluar la centralidad de intermediación de los nodos para identificar a los principales propagadores de reacciones adversas.

También resulta de interés la identificación de influenciadores negativos, vital para entender quiénes están amplificando las reacciones adversas. Los influenciadores con alta centralidad pueden tener un

³⁹ R. V. KOZINETS (2002), pp. 61-72.

⁴⁰ J. LESKOVEC, L. BACKSTROM y J. KLEINBERG (2009), p. 497-506.

⁴¹ R. H. SHUMWAY y D. S. STOFFER (2017).

⁴² C. D. MANNING, P. RAGHAVAN y H. SCHÜTZE (2008).

⁴³ X. WANG, M. S. GERBER y D. E. BROWN (2012), p. 231-238.

⁴⁴ E. M. ROGERS (2003).

impacto desproporcionado en la percepción pública. Con el cálculo de las medidas de centralidad se puede identificar a los usuarios con mayor grado de influencia negativa y examinar el contenido generado por estos usuarios para entender mejor sus críticas.

De nuevo la detección de clústeres y comunidades dentro de la red permite identificar grupos de usuarios que comparten opiniones similares. Estos grupos pueden ser más susceptibles al efecto bumerán y amplificar las reacciones negativas. Aplicando los anteriormente mencionados algoritmos de detección de comunidades como el de Louvain para identificar subgrupos dentro de la red. Analizar el sentimiento predominante dentro de cada comunidad.

Por último, la evaluación de contenidos específicos que han desencadenado reacciones adversas permite identificar los elementos de la campaña que provocaron el efecto bumerán. Esto incluye el análisis de temas y palabras clave. Este análisis se puede conseguir realizando un análisis temático de los mensajes negativos utilizando LDA (Latent Dirichlet Allocation) para identificar los principales temas de crítica.

5.5. Visualización y reporte.

La visualización y el reporte son etapas cruciales en el análisis de redes sociales (ARS), ya que permiten interpretar y comunicar los hallazgos de manera efectiva. A través de representaciones gráficas y resúmenes analíticos, se pueden destacar patrones, estructuras y dinámicas de la red, facilitando la comprensión y la toma de decisiones⁴⁵.

Las herramientas más comunes para visualizar una red social son Gephi, NodeXL y Pajek.

Gephi es una herramienta de software libre ampliamente utilizada para la visualización y análisis de redes. Permite crear gráficos interactivos y aplicar algoritmos de análisis para identificar comunidades, medir la centralidad y visualizar la evolución de la red a lo largo del tiempo⁴⁶. Ofrece una amplia gama de opciones de visualización, incluyendo layout dinámicos como ForceAtlas, que ayudan a resaltar las estructuras subyacentes en la red⁴⁷.

NodeXL es un complemento de Excel que facilita la creación y análisis de redes sociales directamente en una hoja de cálculo. Es ideal para usuarios que prefieren un entorno más familiar y accesible. Permite importar datos de redes sociales, calcular métricas de red y generar

⁴⁵ S. K. CARD, J. D. MACKINLAY y B. SHNEIDERMAN (1999).

⁴⁶ M. BASTIAN, S. HEYMANN y M. JACOMY (2009), p. 361-362.

⁴⁷ M. JACOMY, T. VENTURINI, S. HEYMANN y M. BASTIAN (2014).

visualizaciones integradas. También ofrece opciones para automatizar la actualización de datos y la creación de informes.

Por último, Pajek es un programa diseñado para el análisis y visualización de redes grandes. Es especialmente útil para redes con un gran número de nodos y aristas, proporcionando herramientas avanzadas para la manipulación y el análisis de datos complejos⁴⁸. Permite trabajar con redes muy grandes, aplicando algoritmos de partición y detección de comunidades, así como generando visualizaciones tridimensionales⁴⁹.

Respecto de las técnicas más utilizadas para mostrar las redes de nodos, además de los mapas de red, que son representaciones gráficas de nodos y aristas que muestran la estructura de las relaciones en la red y que pueden ser ajustados para resaltar diferentes aspectos, como la centralidad, la densidad y las comunidades⁵⁰, existen los diagramas de clústeres, que muestran la agrupación de nodos en comunidades, facilitando la identificación de subestructuras dentro de la red. Estos diagramas son útiles para entender cómo se organizan las interacciones y para detectar grupos cohesivos (Fortunato, 2010).

En último lugar se pueden realizar un análisis temporal, que implica la visualización de cómo cambian las redes a lo largo del tiempo. Esto puede incluir gráficos de series temporales que muestran la evolución de métricas de red, como la centralidad o la densidad⁵¹.

6. CONCLUSIONES.

El uso de la metodología del análisis de redes sociales (ARS) para estudiar el efecto bumerán en campañas de comunicación en redes sociales ha demostrado ser una herramienta poderosa y efectiva. Esta metodología permite una comprensión profunda de las dinámicas de interacción y la propagación de mensajes en plataformas digitales, proporcionando insights valiosos que pueden ser utilizados para diseñar y ajustar estrategias de comunicación de manera más precisa y efectiva.

El ARS facilita la identificación de influenciadores y actores clave dentro de una red social que pueden amplificar o mitigar el efecto bumerán. Al analizar la centralidad de los nodos, se pueden detectar los usuarios que tienen un mayor impacto en la difusión de mensajes negativos o positivos.

⁴⁸ V. BATAGELJ y A. MRVAR (1998), pp. 47-57.

⁴⁹ W. DE NOOY, A. MRVAR y V. BATAGELJ (2011).

⁵⁰ R. DIESTEL (2017).

⁵¹ P. HOLME y J. SARAMÄKI (2012), pp. 97-125.

Mediante algoritmos de detección de comunidades, como el algoritmo de Louvain, es posible identificar subgrupos dentro de la red que comparten opiniones similares. Esto es crucial para entender cómo se forman y se propagan las opiniones adversas y para segmentar las audiencias de manera efectiva.

El ARS permite realizar análisis temporales que ayudan a rastrear la evolución de los sentimientos y las reacciones a lo largo del tiempo. Esto es esencial para identificar momentos críticos en los que el efecto bumerán se manifiesta con mayor intensidad y para ajustar las estrategias de comunicación en tiempo real.

El análisis de sentimiento proporciona una comprensión clara de cómo los mensajes son percibidos por la audiencia. Esto permite detectar rápidamente reacciones negativas y ajustar el contenido de la campaña para reducir el impacto adverso.

La identificación de temas recurrentes y palabras clave en los mensajes negativos permite a los comunicadores comprender mejor las preocupaciones y las percepciones de la audiencia. Esto facilita la creación de respuestas más informadas y dirigidas para abordar las críticas y preocupaciones específicas.

La calidad y precisión de los datos recopilados pueden influir en los resultados del análisis. Es crucial utilizar fuentes de datos confiables y considerar las limitaciones inherentes a los datos disponibles en las plataformas de redes sociales.

El ARS debe realizarse con una consideración cuidadosa de la privacidad y el consentimiento de los usuarios. Es importante cumplir con las políticas de privacidad de las plataformas de redes sociales y las regulaciones legales pertinentes para evitar el uso indebido de los datos.

Con el avance de tecnologías como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, hay oportunidades para desarrollar métodos más sofisticados para el análisis de redes sociales y la detección de efectos bumerán. Investigaciones futuras podrían enfocarse en la integración de estas tecnologías para mejorar la precisión y la eficacia del ARS.

Las redes sociales están en constante evolución, y nuevas plataformas emergen regularmente. Es esencial explorar y adaptar las metodologías del ARS a estas nuevas plataformas para mantenerse al día con las tendencias y los comportamientos de los usuarios.

La metodología del análisis de redes sociales ofrece un marco robusto y versátil para estudiar el efecto bumerán en campañas de comunicación en redes sociales. Al combinar el análisis estructural y de contenido, los comunicadores pueden diseñar estrategias más efectivas y adaptarse rápidamente a las reacciones de la audiencia,

minimizando los efectos adversos y maximizando el impacto positivo de sus campañas.

7. REFERENCIAS.

- BARRAT, A., BARTHELEMY, M., PASTOR-SATORRAS, R., y VESPIGNANI, A. (2004), «The architecture of complex weighted networks» en *National Academy of Sciences*, vol. 101, núm. 11, pp. 3747-3752.
- BASTIAN, M., HEYMANN, S. y JACOMY, M. (2009), «Gephi: An open source software for exploring and manipulating networks» en *International AAAI Conference on Weblogs and Social Media* vol. 3, núm. 1, pp. 361-362.
- BATAGELJ, V. y MRVAR, A. (1998), «Pajek-Program for large network analysis», *Connections*, vol. 21, núm. 2, pp. 47-57.
- BLEI, D. M., NG, A. Y. y JORDAN, M. I. (2003), «Latent Dirichlet Allocation», *Journal of Machine Learning Research*, núm. 3, pp. 993-1022.
- BLONDEL, V. D., GUILLAUME, J.-L., LAMBIOTTE, R. y LEFEBVRE, E. (2008) «Fast unfolding of communities in large networks», *Journal of Statistical Mechanics: Theory and Experiment*, vol. 2008, núm. 10, pp. 10008.
- BOCCALETTI, S., LATORA, V., MORENO, Y., CHAVEZ, M. y HWANG, D.-U. (2006), «Complex networks: Structure and dynamics», *Physics Reports*, vol. 424, núm. 4-5, pp. 175-308.
- BORGATTI, S. P. (2005), «Centrality and network flow», *Social Networks*, vol. 27, núm. 1, pp. 55-71.
- BORGATTI, S. P. y EVERETT, M. G. (2006), «A graph-theoretic perspective on centrality», *Social Networks*, vol. 28, núm. 4, pp. 466-484.
- BÖRNER, K., CHEN, C. y BOYACK, K. W. (2003), «Visualizing knowledge domains», *Annual Review of Information Science and Technology*, vol. 37, núm. 1, pp. 179-255.
- BRAUN, V. y CLARKE, V. (2006), «Using thematic analysis in psychology», *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, núm. 2, pp. 77-101.
- BREHM, J. W. (1966), *A theory of psychological reactance*, Academic Press.
- BRUNS, A. y STIEGLITZ, S. (2013), «Towards more systematic Twitter analysis: Metrics for tweeting activities», *International Journal of Social Research Methodology*, vol. 16, núm. 2, pp. 91-108.
- CARD, S. K., MACKINLAY, J. D. y SHNEIDERMAN, B. (1999), *Readings in information visualization: Using vision to think*, Morgan Kaufmann.
- DE NOOY, W., MRVAR, A. y BATAGELJ, V. (2011), *Exploratory social network analysis with Pajek*, Cambridge University Press.
- DIESTEL, R. (2017), *Graph theory* (5th ed.), Springer.
- FORTUNATO, S. (2010). «Community detection in graphs», *Physics Reports*, vol. 486, núm. 3-5, pp. 75-174.
- FREEMAN, L. C. (1979). «Centrality in social networks conceptual clarification», *Social Networks*, vol. 1, núm. 3, pp. 215-239.
- FREEMAN, L. C. (2004), *The development of social network analysis: A study in the sociology of science*, Empirical Press.
- GIRVAN, M. y NEWMAN, M. E. J. (2002), «Community structure in social and biological networks», *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 99, núm. 12, pp. 7821-7826.

- GRANOVETTER, M. S. (1973), «The strength of weak ties», *American Journal of Sociology*, vol. 78, núm. 6, pp. 1360-1380.
- HANSEN, D., SHNEIDERMAN, B. y SMITH, M. A. (2010), *Analyzing social media networks with NodeXL: Insights from a connected world*, Morgan Kaufmann.
- HOLME, P. y SARAMÄKI, J. (2012), «Temporal networks», *Physics Reports*, vol. 519, núm. 3, pp. 97-125.
- HOVLAND, C. I., JANIS, I. L. y KELLEY, H. H. (1953), *Communication and persuasion; psychological studies of opinion change*, Yale University Press.
- HUTTO, C. J. y GILBERT, E. (2014), «VADER: A parsimonious rule-based model for sentiment analysis of social media text» en *Proceedings of the International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, pp. 216-225.
- JACOMY, M., VENTURINI, T., HEYMANN, S. y BASTIAN, M. (2014), «ForceAtlas2, a continuous graph layout algorithm for handy network visualization designed for the Gephi software», *PloS One*, vol. 9, núm. 6.
- KAPLAN, A. M. y HAENLEIN, M. (2010), «Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media», *Business Horizons*, vol. 53, núm. 1, pp. 59-68.
- KATZ, E. y LAZARSFELD, P. F. (1955), *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications*, Free Press.
- KOZINETS, R. V. (2002), «The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities», *Journal of Marketing Research*, vol. 39, núm. 1, pp. 61-72.
- LEE, H. y JANG, S. M. (2013), «Effects of anti-smoking advertisements on an individual's motivation to quit smoking: An application of the reactance theory», *Journal of Health Communication*, vol. 18, núm. 11, pp. 1422-1436.
- LESKOVEC, J., BACKSTROM, L. y KLEINBERG, J. (2009), «Meme-tracking and the dynamics of the news cycle» en *Proceedings of the 15th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, pp. 497-506.
- LIU, B. (2012), *Sentiment analysis and opinion mining*. Morgan & Claypool.
- MANNING, C. D., RAGHAVAN, P. y SCHÜTZE, H. (2008), *Introduction to Information Retrieval*, Cambridge University Press.
- MARSDEN, P. V. (2011), «Survey methods for network data» en J. Scott & P. J. Carrington (eds.), *The Sage Handbook of Social Network Analysis*, pp. 370-388, SAGE Publications.
- MITCHELL, R. (2015), *Web Scraping with Python: Collecting Data from the Modern Web*, O'Reilly Media.
- MORSTATTER, F., PFEFFER, J., LIU, H. y CARLEY, K. M. (2013), «Is the sample good enough? Comparing data from Twitter's streaming API with Twitter's Firehose» en *Proceedings of the Seventh International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, pp. 400-408.
- NEWMAN, M. E. J. (2010), *Networks: An introduction*, Oxford University Press.
- PAK, A. y PAROUBEK, P. (2010), «Twitter as a corpus for sentiment analysis and opinion mining», en *Proceedings of the International Conference on Language Resources and Evaluation*, pp. 1320-1326.
- PANG, B. y LEE, L. (2008), «Opinion mining and sentiment analysis», *Foundations and Trends in Information Retrieval*, vol. 2, núm. 1-2, pp. 1-135.
- ROGERS, E. M. (2003), *Diffusion of innovations*, 5.^a ed., Free Press.

- RYAN, G. W. y BERNARD, H. R. (2003), «Techniques to identify themes», *Field Methods*, vol. 15, núm. 1, pp. 85-109.
- SCOTT, J. (2017), *Social network analysis*, SAGE Publications.
- SCOTT, J. y CARRINGTON, P. J. (eds.). (2011), *The Sage Handbook of Social Network Analysis*, SAGE Publications.
- SHUMWAY, R. H. y STOFFER, D. S. (2017), *Time series analysis and its applications: With R examples*, Springer.
- SOCHER, R., PERELYGIN, A., WU, J. Y., CHUANG, J., MANNING, C. D., NG, A. Y. y POTTS, C. (2013), «Recursive deep models for semantic compositionality over a sentiment treebank» en *Proceedings of the 2013 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing*, pp. 1631-1642.
- VAN LAER, T. y DE RUYTER, K. (2010), «In stories we trust: How narrative apologies provide cover for competitive vulnerability after integrity-violating blog posts», *International Journal of Research in Marketing*, vol. 27, núm. 2, pp. 164-174.
- WANG, X., GERBER, M. S. y BROWN, D. E. (2012), «Automatic crime prediction using events extracted from Twitter posts» en *Proceedings of the International Conference on Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling, and Prediction*, pp. 231-238.
- WASSERMAN, S. y FAUST, K. (1994), *Social network analysis: Methods and applications*, Cambridge University Press.
- WATTS, D. J. (2004), «The “new” science of networks», *Annual Review of Sociology*, vol. 30, pp. 243-270.
- WATTS, D. J. y STROGATZ, S. H. (1998), «Collective dynamics of ‘small-world’ networks», *Nature*, vol. 393, núm. 6684, pp. 440-442.
- WEST, D. B. (2001), *Introduction to graph theory* (2nd ed.), Prentice Hall.
- ZIMMER, M. (2010), «“But the data is already public”: On the ethics of research in Facebook», *Ethics and Information Technology*, vol. 12, núm. 4, pp. 313-325.

EL ESCUDO EMOCIONAL DEL ENFADO

M^a del Carmen DíEZ GONZÁLEZ
Universidad CEU Cardenal Herrera

1. INTRODUCCIÓN

El enfado nos informa de que algo o alguien han traspasado los límites personales. Por tanto, cumple una función adaptativa que conlleva la defensa de quién soy, de mi necesidad y del lugar que ocupo en esta libertad. Manifestar el enfado supone una necesidad ya que exterioriza la agresividad como defensa y autodeterminación. Sin embargo, la agresividad a la que se hace referencia no va cargada de negatividad como socialmente se adjudica. Estas manifestaciones agresivas le sirven al niño/a como proceso de reequilibrarse y liberar tensiones vinculadas al enfado. Por tanto, ¿cómo se puede diferenciar entre una manifestación agresiva y una manifestación violenta? Cambiar la mirada del enfado supone un desafío ya que confluyen los límites, las necesidades y las creencias, además de otras emociones que podemos sentir bajo su sombrero como el miedo a la pérdida, los celos, el abuso, la agitación, la confrontación, la amargura y la obstinación. En la presente comunicación, nos acercamos al enfado de manera respetuosa mediante la clave de la resolución de conflictos, la comunicación y la presencia.

Las emociones ocupan un papel fundamental desde la infancia ya que presentan una función adaptativa y de conexión con nuestro organismo. Esta conexión se extiende y aumenta al hacerse presente. Todas las emociones presentan algo en común, *su demencia* ya que están compuestas por imágenes que no se pueden ver y de sonidos que no se pueden oír. Pues solo tienen sentido para su hacedor, ya que solo él las percibe. La represión de la emoción impide el movimiento natural y conduce a un estancamiento de los sistemas orgánicos que se

alimentan de ella. Psicológicamente hablando, las emociones alteran la percepción, la atención, condicionan nuestras conductas y activan la memoria. Cuando las emociones provocan desorden, la experiencia aprendida y reiterada reduce la carga emocional positiva, lo que conlleva a una disfunción en el sistema cuerpo-mente. Se han realizado muchas investigaciones sobre las relaciones entre padres e hijos, en el plano de la inteligencia general. Sin embargo, en el ámbito emocional es más reciente su estudio¹. El acompañamiento emocional nos invita a hacer un viaje sobre el para qué y el cómo se canalizan estas experiencias a través de la educación².

2. METODOLOGÍA

2.1. Investigación sobre los conceptos claves y los ciclos de las emociones

Entendemos las competencias emocionales como el conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes necesarias para tomar conciencia, comprender, expresar y regular de forma apropiada los fenómenos emocionales. La finalidad de estas competencias se orienta a aportar valor añadido a las funciones profesionales y promover el bienestar personal y social³.

Las emociones ocupan un papel fundamental desde la infancia ya que presentan una función adaptativa y de conexión con nuestro organismo. Esta conexión se extiende y aumenta al hacerse presente. Todas las emociones presentan algo en común, *su demencia* ya que están compuestas por imágenes que no se pueden ver y de sonidos que no se pueden oír. Pues solo tienen sentido para su hacedor, ya que solo él las percibe. La represión de la emoción impide el movimiento natural y conduce a un estancamiento de los sistemas orgánicos que se alimentan de ella. Psicológicamente hablando, las emociones alteran la percepción, la atención, condicionan nuestras conductas y activan la memoria. Cuando las emociones provocan desorden, la experiencia aprendida y reiterada reduce la carga emocional positiva, lo que conlleva a una disfunción en el sistema cuerpo-mente. El acompañamiento emocional nos invita a hacer un viaje sobre el para qué y el cómo se canalizan estas experiencias a través de la educación⁴. Las emociones nos informan del estado del organismo, nos señalan una necesidad. Además nos ayudan a adaptarnos y clarifican el pensamiento. Este hecho lo vemos claramente reflejado en el enfado. El enfado es la

¹ Rafael BISQUERRA y Nuria PÉREZ (2007)

² Martha PELAEZ y Gary NOVAK (2020)

³ María Carmen DÍEZ, Rafael MARCOS, Alicia ZARAGOZA y David FERRÁNDEZ (2024)

⁴ Tashana, SAMUEL, Sebastien BUTTET y Jared WARNER (2022)

emoción que nos informa de que algo o alguien ha traspasado nuestros límites personales. Por tanto está relacionado con la libertad. Como el resto de emociones no podemos entrar en la dicotomía de ser bueno o malo sino más bien valorar la función adaptativa que conllevan desde la integridad personal, es decir, desde el reconocimiento del espacio y lugar que ocupa en nuestra vida⁵. Y ¿cómo es el ciclo de una emoción? Es importante entender que la emoción es una reacción afectiva a un estímulo más o menos espontáneo de duración corta y gran intensidad. Por tanto es algo innato, espontáneo e intenso, de corta duración que está orientado a la acción y que pertenece al cuerpo y se produce desde el sistema límbico. Entonces, ¿qué es un sentimiento? Un sentimiento es el resultado de la toma de conciencia de cómo nos sentimos, de las sensaciones que estamos experimentando, requiere de conciencia, surge de forma lenta y progresiva, puede incluso no observarse, suele ser de larga duración, es el resultado de una acción y pertenece a la mente. Vamos, entonces ¿cuántas emociones hay? Hay más de 200 emociones y más de 400 sentimientos que van girando como las agujas de un reloj.

Si miramos el ciclo de la emoción seguramente podamos comprender y mirar las emociones de forma más consciente. En primer lugar, tomamos conciencia de la emoción como un estímulo que impacta en nuestro cuerpo y mente. En ese momento, reaccionamos de forma emocional y nuestra reacción es diferente según el papel que elijas en ese momento, es decir, *no me gusta me es indiferente o me alegra*. Si decides reaccionar tomas una decisión emocional *me dejo llevar por la emoción o manejo la emoción siendo asertivo*, así es esta rueda del ciclo de la emoción. Dejar este ciclo de la emoción que se complete permite a tus alumnos que contacten con las necesidades auténticas y aprendan a autorregularse y generar autonomía en la gestión de las emociones y la resolución de conflictos.

2.2. Manifestaciones del enfado y el acompañamiento emocional

La emoción del enfado se exterioriza a través de la agresividad, es decir, cuando se siente que alguien o algo atenta contra los límites personales, se siente enfado y se hace uso de la agresividad para defenderse, así como para manifestar⁶. En muchas ocasiones esta agresividad es contenida en la infancia ya que los adultos no suelen permitir su expresión o no está adecuadamente acompañada por el adulto. Esta emoción contenida se manifiesta de forma perjudicial en la salud de nuestros jóvenes⁷. Cuando esta emoción se desborda se manifiesta en

⁵ Hadar LINOR, Oren ERGAS, Bracha ALPERT y Tamar ARIAV (2020)

⁶ Martha PELAEZ y Gary NOVAK (2020)

⁷ Diego COLLADO y Cristina CADENAS (2013).

forma de rabietas donde el niño o niña presenta dificultad para canalizar esta energía. El acompañamiento emocional debe ser respetuoso con el espacio y el tiempo de los niños y niñas. Un respetuoso acompañamiento emocional es clave a la hora de conseguir una buena salud en los alumnos/as, como ya hemos comentado anteriormente las emociones provienen de una pulsión instintiva de supervivencia por lo que en lugar de educarlas, gestionarlas...debemos acompañarlas. Para hacer este acompañamiento es necesario respetar la emoción del otro ya que forma parte del proceso de vida de cada persona⁸. Y ¿qué significa respetar? Pues sobre todo no desviar las percepciones, valoraciones y otros procesos de decisión del otro, no perturbar su interacción desde dentro hacia fuera ni los propios procesos de desarrollo⁹. Para comenzar con el respeto vamos a ver ¿cómo acompañar la emoción del enfado? En este acompañamiento es importante respetar el tiempo atendiendo a los procesos madurativos de cada niño/a, es decir, no forzar a realizar tareas o cambios si aún no puede. Además, implica una mirada y tono de voz sosegada, con seguridad y aceptación. Es esencial utilizar un tono de voz suave, incluso con bajo volumen para llegar a comprender la posición del otro. Los niños y niñas tienen derecho a tener sus propios enfados y miedos, no los nuestros. De esta manera podemos ayudarles a que los descubran desde sus asombros e inquietudes. Es relevante ofrecer autonomía a los niños y niñas preguntas como ¿cómo te sientes? ¿qué necesitas? ya que se ayudan a crecer escuchándolo y observando cómo crece su autonomía.

3. DISCUSIÓN

La emoción del enfado supone un desafío y un viaje que comienza desde que somos bebés. Cuando las emociones se hacen presentes y conscientes en nuestra vida y tomamos conciencia de ellas, se observa los mecanismos que llevamos en la mochila para comprenderlas. La comunicación, la presencia, los conflictos son una oportunidad para adquirir habilidades de afrontamiento, ¿cómo nos sentimos ante este conflicto? y ¿qué necesitamos para sentirnos mejor? Sigue siendo un desafío actual en el acompañamiento 4. Aunque en las evidencias exista una proliferación de artículos al respecto, en la vida cotidiana de las familias y los centros educativos supone un *escudo con armadura* de sendas capas para observar y acompañar.

⁸ Gagla ATMACA, Fili RIZAOGU, Turgut TURKDOGAN y Demet YAYLI (2020).

⁹ Marta ALVES, Vitor COSTA, Ana CUNHA, Paula CARVALHO y Manuel LOUREIRO (2022).

4. REFERENCIAS

- ALVES, M. P., COSTA, V., CUNHA, A. I., CARVALHO, P., y LOUREIRO, M. J. (2022). «Optimism and fear of COVID-19 in higher education students: the mediating role of general anxiety». *Psychology, Health & Medicine*, 28(1), 241-252.
- ATMACA, Ç., RIZAOGLU, F., TÜKDOGAN, T., y YAYLR, D. (2020). «An emotion focused approach in predicting teacher burnout and job satisfaction». *Teaching and Teacher Education*, 90, 1-13.
- BISQUERRA, R. y PÉREZ, N. (2007). «Las competencias emocionales». *Educación XXI*, 10, 61-82. <https://doi.org/10.5944/educxxi.1.10.297>.
- COLLADO, D., y CADENAS, C. (2013). «Educación de las emociones ¿un reto? E-motion». *Revista de Educación, Motricidad e Investigación*, 1, 196-211.
- DIEZ GONZÁLEZ, M.^a C., MARCOS-SÁNCHEZ, R., ZARAGOZA-BENZAÑ, A., y FERRÁNDEZ, D. (2024). «Social-Emotional Management to Promote Quality in Education: a Training Program for Teachers». *Educ.Sci.* 14, 228.
- HADAR, L., ERGAS, O., ALPERT, B. y ARIAV, T. (2020). «Rethinking teacher education in a VUCA world: Student teacher's social-emotional competencies during the Covid-19 crisis». *European Journal of Teacher Education*, 43, 573-586.
- PELAEZ, M. y NOVAK, G. (2020). «Returning to School: Separation Problems and Anxiety in the Age of Pandemics». *Behavior Analysis in Practice*, 13, 521-526.
- SAMUEL, T. S., BUTTET, S., y WARNER, J. (2022). «I Can Math, Too. Reducing Math Anxiety in STEM-Related Courses Using a Combined Mindfulness and Growth Mindset Approach (MAGMA) in the Classroom». *Community College Journal of Research and Practice*, 47(10), 613-626.

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LOS FORMATOS DE FICCIÓN EN SERIES DE ANIMACIÓN¹

Arturo ENCINAS CANTALAPIEDRA
Universidad Francisco de Vitoria

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Aclaración preliminar: formatos y géneros en televisión

Antes de tratar sobre los formatos de ficción en series de animación quisiera aclarar en qué sentido empleo la noción de formato y por qué la prefiero a la de género. En ocasiones, cuando la diferencia entre ambos términos no resulta esencial, se emplean como sinónimos², ese no es el caso de esta investigación. A grandes rasgos, en el ámbito de los *TV Studies* se pueden detectar dos grandes perspectivas con respecto a los formatos de ficción, una de cariz narrativo y otra más cercana a la producción.

El género, para la producción³, se refiere a un tipo de serie, lo que implica que posee unas convenciones compartidas por otras muchas obras, con las que está «emparentada», y no compartidas por muchas otras, de las que se distingue. Los espectadores pueden captar dife-

¹ Este trabajo se enmarca en el proyecto de investigación Mundos posibles y formatos de ficción en series de animación, con referencia UFV2024-10, de la Convocatoria de Proyectos de Investigación del año 2024 financiada por la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid.

² Emili PRADO *et al.* (2020), p. 3. Mar CHICHARRO-MERAYO, Fátima GIL-GASCÓN y Tamara ANTONA-JIMENO (2024), p. 305.

³ Jean K. CHALABY (2016), pp. 8-14. Glen CREEBER (2024), pp. 1-3, 14-15. Gloria SALÓ (2003).

rencias evidentes, por ejemplo, entre un serial semanal como *Game of Thrones* (2011-2019) y una sitcom como *Friends* (1994-2004), y también pueden entender que *Stranger Things* (2016-2025) se parece más a la primera serie que a la segunda. Lo que diferencia a dos seriales semanales como *Game of Thrones* y *Stranger Things* es el formato, esto es, esas características que trascienden las generalidades del género y hacen única a la serie, hasta el punto de que constituye una propiedad intelectual sujeta a derechos de autor que se pueden vender para la adaptación del formato a los mercados de otros países.

La propuesta metodológica de este texto se sitúa en el ámbito de la poética y la narrativa audiovisual, de modo que opto por una acepción narrativa de la noción de formato. El concepto de formato es en narrativa lo que el de género en producción⁴. El formato se refiere a características como la periodicidad de emisión, la duración del episodio, el número y tipo de tramas y de personajes y otros parámetros que, en rigor, indican la forma narrativa recurrente que presenta la serie. Esta noción de formato permite emplear la de género como una serie de convenciones que afectan, principalmente, a aspectos narrativos, de modo que mantiene el sentido que la noción de género tiene en la teoría cinematográfica y permite combinarla con la noción de formato⁵. El formato, además, también se refiere a una propiedad intelectual sujeta a derechos de autor, lo que permite hablar del formato de *Cuéntame cómo pasó* (2001-2023), de *In Treatment* (2008-2021) o de *The Office* (2005-2013), que en cada caso incluye, no sólo convenciones del formato al que pertenecen, sino también concreciones narrativas muy precisas vinculadas a su género y particularidades que hacen única a la serie.

1.2. Ausencia de una taxonomía de los formatos de ficción en series de animación

Los formatos de ficción más conocidos son el serial diario, el serial semanal, la dramedia, la serie procedimental, la *sitcom*, la tira cómica, la antología y la miniserie, especialmente⁶. Sus regularidades

⁴ Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ y Francisco GARCÍA GARCÍA (2010). Ruth GUTIÉRREZ DELGADO (2023). Jaime BARAHONA MARTÍNEZ, Beatriz LEGERÉN LAGO y Daniel GOVANTES CARRASCO (2024).

⁵ Si se aceptan los términos en los que se habla de formato en el ámbito de la producción, cuando es preciso referirse al género con el sentido que tiene en la teoría cinematográfica, se emplean expresiones como género temático, subgénero de ficción, o microgénero. Tatiana HIDALGO-MARÍ, Jesús SEGARRA-SAAVEDRA y Patricia PALOMARES-SÁNCHEZ (2021). Emili PRADO *et al.* (2020). Maddalena FEDELE (2021). María José MASANET *et al.* (2023), p. 27.

⁶ No obvio que existen otras propuestas que, por ejemplo, identifican la antología o la dramedia como géneros, mientras que la miniserie o el serial quedan catalogados como formatos. Tatiana HIDALGO-MARÍ, Jesús SEGARRA-SAAVEDRA y Patricia PALOMARES-SÁNCHEZ (2022).

narrativas son conocidas⁷, al igual que el fenómeno de la hibridación entre formatos⁸. No sucede lo mismo en el caso de las series de animación. Es cierto que desde el estreno de la primera serie de dibujos animados en *prime-time*, *The Flintstones* (1960-1966), pudiera existir una cierta homogeneidad en el formato de las series de animación, al principio cercano a la *sitcom*, como *Wacky Races* (1968-1969), y rápida y simultáneamente, otro formato más bien de carácter procedimental, como *Scooby Doo, Where Are You?* (1969-1976) y, en general, todo el *saturday morning cartoon*⁹. En las décadas posteriores aparecen ajustes y variantes de estos formatos y, sobre todo, el desarrollo del *anime*, que en muchos casos supone un desafío para la teoría del formato¹⁰.

Aunque es cierto que muchos de estos formatos comparten la duración media de veinte minutos, en ese espacio caben planteamientos narrativos muy diferentes: desde episodios confeccionados con tramas autoconclusivas, con personajes caricaturescos que no evolucionan; hasta episodios compuestos por varias tramas de elevada continuidad argumental y personajes con una cierta complejidad psicológica y evolución a lo largo de la temporada. Es posible que estos dos extremos, a efectos de producción, no supongan un gran cambio de paradigma industrial; pero en el nivel en el que nos movemos, la poética, implican desafíos y mundos narrativos muy diferentes tanto para creadores como para espectadores.

La variedad de formatos en la era de las plataformas SVOD es plenamente vigente y sigue desarrollándose gracias a las posibilidades que ofrece la abolición de las franjas horarias y otras determinaciones de las parrillas de las cadenas televisivas. Esta circunstancia tecnológica influye en las posibilidades narrativas y ofrece la oportunidad de experimentar con todos los parámetros habituales de un formato, como la duración del episodio o la extensión de las temporadas.

Con respecto a la taxonomía de los formatos de ficción en animación, la propuesta de añadir el epíteto «de animación» después de nombres ya conocidos de formatos de acción real¹¹ puede ofrecer una primera orientación sobre la adaptación a animación del formato de acción real. No obstante, todavía queda pendiente conocer cómo es esa adaptación a unos episodios que, en muchos casos, siguen durando en torno a veinte minutos. Si existe una *dramedia* de animación, o un *serial* semanal de animación, todavía es necesario concretar en mayor medida

⁷ Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ y Francisco GARCÍA GARCÍA (2010). Linda ARONSON (2000), pp. 1-20. Pamela DOUGLAS (2007). Brett MILLS (2009).

⁸ Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ y Francisco GARCÍA GARCÍA (2010), p. 25.

⁹ Paul WELLS (2024), p. 249.

¹⁰ Antonio LORIGUILLO-LÓPEZ (2021), pp. 19-47.

¹¹ Emili PRADO *et al.* (2020), p. 3.

sus características generales, algo para lo que sería preciso estudiar en profundidad un número lo suficientemente significativo de series que pertenezcan a estos y otros formatos para conocer, no sólo las particularidades del formato de cada título, sino también las regularidades del formato común a varias obras.

Tanto por su duración, como por el nivel de continuidad de las tramas, como por el diseño de personajes, parece claro que *Bluey* (2018-), *X-Men* (1992-1997), *Neon Genesis Evangelion* (1995-1996), *Arcane* (2021-), *Star Wars: Tales of the Empire* (2024) o *Pepa Pig* (2004-), por indicar algunos ejemplos, pertenecen a formatos de ficción diferentes¹². Para aclarar los formatos de estas y otras series de animación es necesaria una metodología adecuada a las particularidades narrativas de estas obras de ficción.

2. HACIA UNA TAXONOMÍA DE LOS FORMATOS DE ANIMACIÓN

De cara al estudio del formato de ficción en una serie de animación puede ser recomendable un cierto nivel de exhaustividad en la recogida de los datos. Este modo de proceder sirve no sólo para advertir las invariantes¹³ del formato general, sino también del formato concreto de la serie que se estudia. En la metodología que proponemos en el apartado siguiente, los dos primeros parámetros que se indican, las tramas (3.1.) y los personajes (3.2) son, en principio, los más determinantes a la hora de fijar un formato.

Las escenas (3.3.), los escenarios (3.4.) y otros parámetros narrativos (3.5.), son aspectos secundarios con respecto a la esencia del formato, y suelen adquirir su frecuencia: o por influjo de las tramas y los personajes; o por convenciones bien establecidas en el sector; o por la voluntad de los creadores que, apoyados en la posibilidad de la prolongación temporal que ofrecen las series de ficción, buscan ciertos efectos estéticos y la generación de expectativas¹⁴.

En último lugar, se postulan dos «etapas de síntesis». La teoría del formato no siempre presta atención a estos aspectos, aunque resultan esenciales para recobrar la unidad de la obra, algo que pudiera perderse de vista cuando el analista se afana exclusivamente en obtener datos acerca de algunos aspectos concretos del diseño narrativo de una serie, por muy importantes que estos sean. La primera síntesis es el molde

¹² En este caso Wells prefiere hablar de los subgéneros propios de la animación en televisión. Paul WELLS (2024), p. 251.

¹³ Anna TOUS (2010), p. 64.

¹⁴ Alberto N. GARCÍA MARTÍNEZ y Ted NANNICELLI (2021).

narrativo de los episodios (3.6.) y la segunda el mundo posible de la serie (3.7.).

De cara al estudio de cada uno de estos parámetros se acude a la narrativa audiovisual y a la teoría del formato, principalmente. Cuando es preciso, se indican las modificaciones y matices necesarios para la adaptación de cada parámetro al estudio de las series de animación. En el caso de las dos síntesis, las fuentes incluyen también la mitocrítica, la hermenéutica y la teoría de los mundos posibles o mundos de ficción¹⁵. En todos los apartados, en la medida de lo posible, he acudido a series de animación para ejemplificar lo que se explica.

Esta metodología ampliada del formato de ficción aplicada a series de animación pretende ser una contribución más en la intensificación de la perspectiva poético-narrativa en los *TV Studies*, un campo investigativo dominado por los análisis de la producción, la recepción y las estrategias de distribución¹⁶. Estos aspectos hegemónicos resultan de indudable valor para el campo de estudio y, especialmente, para la industria; a la vez, su interés y promoción no deben debilitar ni marginar la aproximación primera y más legítima a las obras de ficción, esto es, lo que tradicionalmente se conoce como poética¹⁷, y que en el último siglo constituye el campo de estudio de la poética audiovisual¹⁸.

3. PARÁMETROS DEL FORMATO DE FICCIÓN EN SERIES DE ANIMACIÓN

3.1. Tramas

Para comenzar el estudio de la trama planteo cuatro aspectos: cómo se identifica una trama, cuántos actos o partes tiene una trama, cuáles son los tipos de tramas según su continuidad argumental y cuál es la jerarquía de las tramas según su importancia dramática y estructural.

1. *Número de tramas por episodio*. Si se admite que la trama «selecciona» unos hechos y los presenta unitariamente, participantes todos ellos de un mismo orden y sentido¹⁹, lo que en narrativa audio-

¹⁵ Aunque la distinción entre mundos posibles y mundos de ficción es relevante para la corriente lógico-analítica, para mi perspectiva teórica, más cercana a la corriente fenomenológico-existencial, no es así. No debe olvidarse que existen muchas teorías de los mundos posibles y que no en todas ellas los términos «mundo» y «posibilidad» significan lo mismo, de suerte que cada una de estas teorías estudia cuestiones diferentes en las obras de ficción. Álvaro ABELLÁN-GARCÍA BARRIO y Arturo ENCINAS CANTALAPIEDRA (2021).

¹⁶ José Antonio PLANES, Alberto N. GARCÍA, y Ernesto PÉREZ-MORÁN (2022).

¹⁷ ARISTÓTELES (1974).

¹⁸ Juan José GARCÍA-NOBLEJAS (1982). (2005). Carmen Sofía BRENES (2001). Pedro L. CANO (2002).

¹⁹ Ronald B. TOBIAS (1993), pp. 7-8.

visual se identifica con la cuestión dramática o conflicto²⁰, entonces, la cantidad de tramas en un episodio depende del número de conflictos suficientemente planteados. Por analogía, también se pueden identificar cuestiones dramáticas ampliando el alcance del material narrativo que se estudia: varios episodios que guardan unidad dramática, una temporada, o la serie entera.

2. *Actos o partes de una trama*. Cuando se identifica una trama, el siguiente paso consiste en comprobar su desarrollo dramático. El concepto fundamental que se maneja en esta fase es el de «parte» o «acto», que en principio puede entenderse en el sentido aristotélico²¹ o según el uso que se le ha dado en guion audiovisual²². Existen varias posibilidades de desarrollo dramático:

— Un acto. Cuando se plantea la situación de un personaje —esto es, su circunstancia y la pretensión desde la que *está* en ella—, pero no aparece nada que modifique el mundo ordinario, no estamos ante la nada, sino frente a un paisaje narrativo plano, una historia de un único acto, es decir, sin cambio. En principio, este planteamiento será más propio de algunas tramas secundarias o de subtramas.

— Dos actos. Existen dos opciones de tramas de dos actos. La primera sucede según el esquema «situación inicial —punto de crisis— situación final». Esta opción presupone una cierta pasividad de los afectados por la perturbación que cambia la configuración de su situación. Aunque en principio se acepta que es un esquema interesante para planteamientos narrativos como la *sitcom* —donde interesa más la situación en sí que el desarrollo dramático—, también se encuentra en algunas tramas de series con un carácter más marcadamente dramático. La segunda opción de dos partes o actos sucede cuando el final de un episodio interrumpe en el segundo acto una trama clásica en tres actos, dejando irresuelta la cuestión dramática que se plantea en el primer acto. Esto ocurre, por ejemplo, en la primera parte de dípticos de episodios, o dobles episodios, que plantean un arco que se desarrolla en dos partes, como en el caso de 1x05 y 1x06 en *Silver Surfer* (1998).

— Tres actos. Se trata de la fábula clásica que Aristóteles descubre en toda obra de imitación bien trabada, y que el guion audiovisual estandariza de acuerdo con el camino dramático que evoluciona desde el mundo ordinario y el detonante hasta el clímax y la resolución. Lo normal es que las tramas principales de una serie de animación sigan este planteamiento.

— Cuatro actos. Este esquema es una variación de la estructura tríptica y puede discutirse que realmente sea tal. Se consigue este es-

²⁰ Robert MCKEE (1997), pp. 210-213. Antonio SÁNCHEZ-ESCALONILLA (2014), pp. 232-241.

²¹ ARISTÓTELES (1974), 1450b25-32.

²² Michel CHION (2011), pp. 261-265.

quema cuando en el momento del clímax aparente, donde se responde a la pregunta que se planteó en el detonante, la historia proyecta al personaje todavía más lejos y este descubre el verdadero fin de su viaje, un desenlace al que podrá acceder si todavía realiza un último esfuerzo lo suficientemente significativo como para considerarse en sí mismo una parte o acto.

— Cinco o más actos. En rigor, aunque pudiera entenderse que McKee defiende este modelo²³, y a pesar de que es una convención consolidada afirmar que en televisión las series pueden tener cinco actos o más²⁴, no estoy de acuerdo con que la noción que manejo de «acto» o «parte» deba emplearse en ese sentido. En el caso de McKee, su fórmula puede reducirse a las tres partes de Aristóteles y entenderse como un modelo superpuesto y no contradictorio con este. Con respecto a los múltiples actos en televisión, de forma análoga al teatro, en realidad se está hablando de fragmentos narrativos adaptados al paradigma de las pausas publicitarias.

Desde el punto de vista estructural, seguramente el *anime* sea el tipo de serie que más posibilidades ofrece. En *Shingeki no Kyojin* (2013-2023), por ejemplo, sí podemos encontrar episodios en seis actos. Dado que el episodio de esta serie se interrumpe en su ecuador por una pausa publicitaria, a veces en la primera mitad previa a la interrupción hay una historia en tres actos y, después de la publicidad, otra historia de semejante estructura. En rigor son dos historias, pero desde el punto de vista de los actos se puede hablar de seis, o también de cinco si la historia posterior a la pausa publicitaria queda interrumpida en su segundo acto.

3. *Tipos de tramas según su continuidad argumental.* A grandes rasgos, las tramas de un episodio se clasifican en tres grupos de acuerdo con su nivel de continuidad argumental²⁵. Las autoconclusivas comienzan y terminan en el mismo episodio y no precisan de información externa al episodio para seguirse sin menoscabo de su comprensión esencial. En efecto, la autoconclusividad pura es un polo rodeado por una gradación de tramas que, siendo autoconclusivas, requieren en diverso grado del conocimiento de eventos extraepisódicos para proporcionar una comprensión completa de la trama. Las tramas de ciclo corto, que también se denominan «arco», son aquellas en las que el conflicto principal se resuelve en dos o más episodios, aunque sin llegar a ocupar toda la temporada. Así sucede en el citado caso de 1x05 y 1x06 en *Silver Surfer*. Por último, existe la trama de temporada, aquella en la que la cuestión dramática se desarrolla a lo largo de la totalidad o de la inmensa mayoría de los episodios de una temporada. Aunque

²³ Robert MCKEE (1997).

²⁴ Pamela DOUGLAS (2007).

²⁵ Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ y Francisco GARCÍA GARCÍA (2010), pp. 17-19.

una trama se desarrolle en varios episodios, es del todo posible —y así sucede muy a menudo— que las etapas de esa trama que corresponde a cada episodio se presente bajo la forma de los tres actos, como sucede habitualmente en *The Dragon Prince* (2018-). En estos casos, lo que hace variar el nivel de continuidad argumental será el grado en el que la comprensión de la trama se vea comprometida por el conocimiento del material dramático que aparece en episodios o temporadas anteriores.

4. *La jerarquía de las tramas.* El nivel de preeminencia de las tramas también se entiende a escala, según el alcance: episódico, de temporada, o la serie entera. En principio se podría distinguir entre la trama principal, las tramas secundarias y las subtramas que se desprenden de cada una de ellas. Puede suceder, por ejemplo, que todas las tramas del episodio tengan el mismo peso, de modo que resulte difícil establecer una jerarquía. En ese caso se puede utilizar la denominación alfabética: trama A, trama B, trama C, etc. No obstante, esta estrategia nominal también es adecuada para establecer una jerarquía entre las tramas secundarias, siendo la B la más relevante, seguida de la C y así sucesivamente.

3.2. Personajes

En cuanto a los personajes, existen tres parámetros que son objeto de medición: su tipo de construcción psicológica y su evolución, si son principales o secundarios y su cantidad.

1. *Construcción del personaje y arco de transformación.* Las posibilidades de construcción de personajes fluctúan entre dos polos: la caricatura simple y esquemática —la tira cómica de las series de acción real— y la psicología compleja donde la historia pasada tiene un peso determinante —dramedia y serial, especialmente—. El arco de transformación del personaje se mueve en un rango de intensidad que comprende desde la ausencia de cambio, lo que se conoce como arco plano, hasta una evolución notabilísima del personaje.

2. *Personajes principales y secundarios.* Cuando menos, el protagonista es el personaje principal del episodio, pues es a quien afecta la cuestión dramática y quien debe afrontarla. Si el antagonista tiene mucha relevancia en el relato, llegando a ser casi tan importante como el protagonista, entonces también se le puede considerar un personaje principal, como ocurre en *Death Note: Desu nôto* (2006-2007). Los personajes secundarios se implican en la cuestión dramática de acuerdo con un espectro muy amplio de nivel de profundidad. Si la serie así lo sugiere y lo emplea, los personajes secundarios se pueden segmentar en diversos niveles según su importancia narrativa. Puede suceder que un personaje principal de un episodio en realidad sea un personaje secundario a nivel de temporada, y viceversa. De modo que, como

de costumbre, siempre hay que dejar claro a qué cantidad de material narrativo nos estamos refiriendo.

3. *Número de personajes.* La cantidad de todos los tipos de personajes puede llegar a ser un factor relevante para el formato, no sólo por cuestiones relativas a la planificación de la producción de cada episodio, sino también por las regularidades que afectan al resto de parámetros.

3.3. Escenas

En lo que respecta a las escenas, interesan tres cuestiones: diferenciar entre escenas clásicas y otro tipo de segmentos audiovisuales, reseñar su número y su duración.

1. *Identificar escenas y sus variantes.* En líneas generales, acepto lo que se entiende por «escena» en guion audiovisual²⁶, aunque las convenciones de la diégesis en series de animación me anima a introducir una matización con respecto a los escenarios: una escena es una unidad narrativa de tiempo que se desarrolla en uno o más espacios, todos ellos rigurosamente contiguos. Cuando el material narrativo no se puede identificar claramente como escena, lo más común es que se trate de algún tipo de secuencia elaborada²⁷.

2. *Número de escenas.* Según la noción de escena que se maneje y cómo se aplique, así será la medición de su número en cada episodio. La escena carece de elipsis, salvo que, como ocurre en algunos momentos, se utilice como artificio un tipo de montaje que por medio de cortes puede transmitir la sensación de constantes elipsis. Es un recurso que puede emplearse tanto en contextos humorísticos, como *Doraemon* (1979-2005), como en otros más dramáticos, como *Arcane* (2021-), pero en ningún caso aumenta el número de escenas. Si una escena es interrumpida por un fundido a negro, entonces, se cuenta como una escena nueva el momento en el que la serie retoma la acción tras dicha pausa, como sucede con las pausas publicitarias en series de los noventa como *Spider-Man* (1994-1998) u otras más actuales, como *Star Wars Resistance* (2018-2020), que cambia el fundido a negro por un corte a negro. Como de costumbre, un *anime* pone a prueba los planteamientos que de ordinario funcionan en las series de animación: hay fragmentos relativamente breves de *Shinseiki Evangelion* (1995-1996), de aproximadamente un minuto, donde, si aplicamos esta noción de escena, obtendremos cerca de diez escenas. Este tipo de enunciación audiovisual pone en crisis algunos aspectos de los parámetros que se

²⁶ David BORDWELL y Kristin THOMPSON (2001), p. 433. Michel CHION (2011), pp. 258-261. Javier FIGUERO ESPADAS (2019), p. 271.

²⁷ Antonio SÁNCHEZ-ESCALONILLA (2014), pp. 272-283.

emplean para analizar el formato de ficción, lo que no quiere decir que estas series no tengan formato, sino que exigen una adaptación de los aspectos que se miden y los conceptos que se manejan para que ofrezcan un rendimiento satisfactorio en la búsqueda de las invariantes de la serie.

3. *Duración de la escena.* El tiempo medio de cada escena es otro factor que suele tenerse en cuenta en la fijación de un formato de ficción y está unido al número de escenas. Este aspecto también podría tornarse relevante si en la serie se acostumbra a dedicar las escenas más largas a un tipo de contenido diferente que las escenas más breves.

3.4. Escenarios

En materia de escenarios adquiere relevancia tanto su cantidad como su tipo en virtud de la frecuencia.

1. *Cantidad de escenarios.* El escenario es el espacio en el que se desarrolla la acción de una escena. Posiblemente sea preferible hablar de escenarios y no de sets, que es la denominación clásica para series de acción real, precisamente porque la flexibilidad de la animación permite la conexión orgánica dentro de la misma escena entre espacios tradicionalmente separados en series de acción real.

2. *Tipos de escenarios.* En formatos de acción real como la *dramedia* o la *sitcom* se diferencia entre sets fijos y sets polivalentes, conceptos importantes tanto a nivel de producción como, consecuentemente, a efectos de guion²⁸. Cabría preguntarse si esa distinción, igual que la que diferencia entre sets simples y sets complejos, tiene sentido en series de animación. Puede ser recomendable pensar en una clasificación de los escenarios de acuerdo con su frecuencia de aparición a lo largo de la temporada. He aquí una primera tipología que seguramente debería revisarse y adaptarse según la serie que se estudie: permanentes, si están en todos los episodios, habituales, si aparecen dos o más veces en una temporada, y exclusivos, cuando sólo se emplean en un episodio de la temporada.

3.5. Otros parámetros narrativos

El catálogo de recursos diegéticos que podrían ser parte del formato de una serie es muy amplio. A continuación, me limito a recordar algunos habituales.

²⁸ Pedro GÓMEZ MARTÍNEZ y Francisco GARCÍA GARCÍA (2010), pp. 112-114, 142-145.

1. *Opening*. Las formas de referirse a la secuencia audiovisual completa de introducción son varias: *opening*, cabecera o *intro*, principalmente. Si el *opening* resulta de interés analítico, podría abordarse estudiando tres variables: la duración, su grado de adscripción mimética a la identidad audiovisual de la serie y el índice de identificación actor/actante²⁹.

2. *Flashbacks*. En caso de que el *flashback* sea habitual, puede ser relevante conocer el porcentaje de episodios en el que aparece, el número de apariciones por episodio, su duración, lugar en la estructura dramática y, finalmente, su contenido y funciones³⁰.

3. *Pausas publicitarias*. Por lo general, pueden estar sugeridas en la estructura del capítulo por medio de fundidos o cortes a negro, y coinciden con momentos de gran interés dramático, en el que los protagonistas se encuentran en gran peligro, como es común en *X-Men* y otras series que adaptan a la televisión las historias de Marvel Comics en los noventa.

4. *Voz en off*. En el caso de la voz en *off* puede ser relevante indicar a qué personaje pertenece, en qué momentos del episodio suele aparecer y cuál es su contenido.

3.6. Molde narrativo de los episodios

La reducción sintáctica del formato de una serie pierde de vista que este tipo de obras son potencialmente capaces de alcanzar un logro artístico que resulta inexplicable únicamente desde parámetros formales.

Alcanzar la forma narrativa habitual de los episodios es un primer ejercicio de síntesis que permite comprender en su unidad poética todos los elementos anteriormente analizados. Es el primer intento de «reunificar» aquellos aspectos que en el episodio aparecen juntos, mezclados, y que nosotros hemos aislado momentáneamente con objeto de estudiarlos.

En esta primera etapa de síntesis no se trata de buscar el molde del viaje del héroe³¹, ni estructuras ya existentes³² o tipos de tramas preestablecidas³³, sino de observar cuál es el modo habitual de comportamiento narrativo de los episodios de la serie³⁴. El concepto de

²⁹ Iván BORT GUAL (2012).

³⁰ José Antonio PLANES, Alberto N. GARCÍA, y Ernesto PÉREZ-MORÁN (2022).

³¹ Christopher VOGLER (2007).

³² Vladimir PROPP (1998).

³³ Ronald B. TOBIAS (1993).

³⁴ No solo no excluyo las perspectivas formalistas, mitocríticas y míticas en esta primera etapa de síntesis, sino que, en virtud de los hallazgos que pretenden los epígrafes anteriores, postulo seguir procedimientos de análisis parecidos a los que siguieron estos autores con vistas

prolongación temporal resulta importante en este punto, ya que esas claves estructurales que se buscan se pueden rastrear precisamente por la acumulación narrativa que posibilita un relato seriado³⁵.

Por ello es imprescindible realizar primeramente los pasos metodológicos que hemos enunciado con respecto a las tramas, los personajes y los demás aspectos narrativos. Así lo hemos hecho recientemente en el análisis de *Spider-Man*, descubriendo en la serie una estructura recurrente en once pasos, donde incluso sus anomalías también suelen repetirse³⁶.

Es posible que la serie maneje varios esquemas narrativos para sus episodios, llegando incluso a más de diez; así sucede en *animes* como *Shingeki no Kyojin*. En esos casos, hay que comprobar si la estructura de los episodios es realmente un elemento relevante para el formato de la serie.

3.7. El mundo del texto y el formato de ficción³⁷

Las regularidades que muestra la primera etapa de síntesis sugieren que, gracias al formato de ficción de una serie, en ella hay una disposición y sentido, un sucederse habitual de las cosas que transmite la idea de totalidad ordenada o mundo. Sin una segunda etapa de síntesis en la que se esclarezcan la estructura y el dinamismo del mundo de la obra, el análisis poético-narrativo de un formato de ficción quedaría inconcluso.

La teoría de los mundos posibles se aplica desde hace décadas a todo tipo de artefactos culturales. Precisamente por el carácter normativo-narrativo que se desprende de las invariantes que se detectan gracias a la prolongación temporal, considero que las series de ficción son un ámbito especialmente adecuado para el estudio del mundo del texto. Un formato de ficción, en definitiva, implica un modelo de mundo.

a elaborar sus muy conocidas tipologías. En este sentido, es fundamental distinguir entre el ejercicio de descubrir estructuras más o menos míticas y aplicar estructuras míticas ya conocidas y establecidas para la comprensión de otros relatos. El primer ejercicio consiste en el esfuerzo por cartografiar una ficción en busca de un *logos*, el segundo opera con un catálogo de moldes previos y corre el riesgo de verse reducido a un ejercicio comparativo de siluetas.

³⁵ Alberto N. GARCÍA MARTÍNEZ y Ted NANNICELLI (2021).

³⁶ Arturo ENCINAS CANTALAPIEDRA y Rodrigo Miguel MORGADO GONÇALVES (2024), pp. 147-149.

³⁷ En este epígrafe sigo de cerca las siguientes fuentes: Juan José GARCÍA-NOBLEJAS (2005), pp. 116-144, 175-270. (2015). Carmen Sofía BRENES (2001). Álvaro ABELLÁN-GARCÍA BARRIO (ed.) (2023), pp. 181-299.

En el ámbito del guion audiovisual es común hablar del mundo del personaje³⁸ o mundo de la historia³⁹. Empleo el término «mundo» de modo analógico con respecto a nuestro mundo de todos los días. Porque los asuntos que hay en juego en la ficción son principalmente humanos, estos suceden en un ámbito artístico que nos recuerda sospechosamente a nuestra realidad. La certeza de que lo que hay en la ficción no es nuestra realidad exactamente, sino, en el mejor de los casos, una imagen de ella, nos hace pensar que en las obras de ficción existe una mimesis de mundo, que es tanto como afirmar que nos encontramos en el terreno del símbolo y la metáfora. El contenido fundamental de este mundo del texto podría reducirse a una única palabra: el «tema», un término que puede significar muchas cosas. Desde la poética, el tema está principalmente vinculado a asuntos de naturaleza antropológica y ética, esto es, cuestiones prácticas que a todos nos interesan y que trascienden las obsesiones particulares y transitorias de sociedades o épocas concretas; dicho de otro modo: es aquello que en último término, declarado o no, está de fondo en las modas de cada lugar y momento.

En una metodología hermenéutica resulta inadecuado ofrecer una plantilla al analista, ya que los mundos que plantean las obras de ficción pueden ser extraordinariamente diversos, no sólo en las variables de cada parámetro, sino en la misma jerarquía de estos. La hermenéutica sí ofrece unos principios interpretativos que, en diálogo con el discernimiento prudencial del analista —que implica saberes prácticos y teóricos referidos al arte y a la vida—, le ayudan a inclinarse por la exégesis más favorable y más convincente. Por ello la convivencia con el mundo textual que es objeto de estudio resulta imprescindible. La segunda etapa de síntesis no puede abordarse hasta haber transitado por las anteriores, lo que asegura que, llegado a este tramo, desde hace tiempo el analista esté plenamente instalado en su segunda navegación —o trigésimo octava— y el material narrativo le resulte del todo cotidiano. La obra es el método y en ella están las sugerencias para elaborar la última síntesis.

Entre los principios que pueden orientar el análisis, y que en el caso de cada obra deberían calibrarse de acuerdo con lo que ella reclama, destaco los siguientes. En primer lugar, que en todo mundo de ficción, por analogía con el nuestro, existen una naturaleza, tanto en el sentido medioambiental como en el metafísico, y unas manifestaciones humanas que genéricamente se pueden llamar «cultura». A estos dos elementos esenciales de todo mundo habría que añadir un tercero implícito: la persona. En segundo lugar, cada uno de estos elementos posee un relieve particular que varía según la obra; por ejemplo, en el caso de la cultura, puede ser oportuno centrar el análisis en una región

³⁸ Robert MCKEE (1997), pp. 145-147.

³⁹ John TRUBY (2014), pp. 183-270.

del sistema de vigencias sociales, ya sean las pretensiones individuales y colectivas, o el sistema de ideas y creencias, o el sistema de costumbres. En tercer lugar, si se fija la atención en el mundo personal de un personaje, podría convenir analizarlo por medio de la categoría existencial de la situación, es decir, la forma concreta en la que la persona, desde su pretensión de felicidad, se ubica en su circunstancia. También existe una relación entre este mundo personal y el mundo social, o entre el microcosmos y el macrocosmos, etc. Un ejemplo puede mostrar el rendimiento de esta perspectiva.

A lo largo de las cinco temporadas de *Spider-Man* se desarrolla un enfrentamiento silencioso, pero efectivo, entre dos formatos y dos modelos de mundo. La primera temporada es una abreviación de la serie procedimental. El episodio suele presentar dos tramas. En la principal, Spider-Man se enfrenta recurrentemente a villanos que ponen en peligro el devenir habitual de la ciudad de Nueva York. En la trama secundaria, Peter Parker vive con buen humor cómo su vida privada no termina de evolucionar, seguramente porque su tarea superheroica le mantiene muy ocupado. En la segunda temporada hay una doble mutación. En primer lugar, muta el formato de la serie, que ahora tiene una continuidad argumental muy cercana al serial o a la dramedia. En segundo lugar, muta el protagonista, un evento al que se resiste durante muchos episodios hasta que se transforma en una abominación arácnida. Finalmente, con ayuda de otros personajes, Parker retorna a su estado humano. En esta temporada el fracaso de la vida personal de Peter Parker comienza a afectar a la trama principal y a tomar mayor protagonismo. El joven reportero manifiesta claramente el deseo de progresar vitalmente y eso lo relaciona con la posibilidad de intensificar su relación amorosa con Mary Jane Watson. A partir de la temporada tercera la serie vuelve a mutar a procedimental, pero sólo en su trama principal, que vuelve a confeccionar episodios mayormente autoconclusivos, mientras que en la trama secundaria tenemos a un Peter Parker atascado existencialmente. La trama principal, que es la del mundo procedimental de Nueva York, aquel en el que Spider-Man es el agente reordenador del mundo, está en conflicto con la trama secundaria, de tipo serial, donde Peter Parker anhela un arco de transformación por la vía de una relación amorosa constantemente interrumpida. No en vano, cuando la serie sugiere que se ha formado una pareja feliz, esta abandona el mundo procedimental de Nueva York para no volver nunca⁴⁰.

El de *Spider-Man* es solo un ejemplo de hasta qué punto el formato de ficción de una serie de animación articula profundamente el contenido temático de su mundo textual.

⁴⁰ Por cuestiones de espacio la explicación es necesariamente breve e incompleta. El desarrollo de la investigación sobre el formato y el mundo posible de *Spider-Man* se puede consultar en: Arturo ENCINAS CANTALAPIEDRA y Rodrigo Miguel MORGADO GONÇALVES (2024).

4. CONCLUSIONES

La metodología propone siete campos fundamentales para iniciar el estudio de un formato de ficción en una serie de animación. En primer lugar, en las tramas se atiende a varios aspectos: por un lado, su continuidad argumental, que fluctúa entre la autoconclusividad rigurosa hasta la total apertura de la trama; por otro lado, se cuantifica el número de tramas tanto por episodio como por temporada.

En segundo lugar, se estudian los personajes. El principal aspecto que se analiza es el tipo de construcción del personaje, que puede ir desde la caricatura sin arco de transformación hasta la mimesis de la psicología realista, con un gran componente de historia pasada y una evolución muy grande. A esto se añade la medición de la cantidad de personajes, tanto principales como secundarios, no sólo en el episodio, sino en toda la serie.

En tercer lugar, se presta atención a las escenas. Resulta relevante tanto su número en cada episodio como su duración. Hay que distinguir, además, entre escenas convencionales y otro tipo de fragmentos audiovisuales, como las secuencias elaboradas. Las posibilidades narrativas de la animación y su plasticidad hacen que este aspecto poco problemático en las series de acción real ahora entre en crisis.

En cuarto lugar, los escenarios adquieren una relevancia particular en los formatos de este tipo de series. Posiblemente sea preferible hablar de escenarios y no de sets, precisamente porque la flexibilidad de la animación permite la conexión orgánica dentro de la misma escena entre espacios tradicionalmente separados en series de acción real. En el caso de la animación, quizá es adecuado clasificarlos en función de su frecuencia de aparición en la temporada.

En quinto lugar, conviene tener en cuenta la aparición de otros aspectos narrativos que, por su recurrencia, pueden ser relevantes en formatos concretos, como, por ejemplo, los *flashbacks*, la voz en *off*, las pausas publicitarias o el *opening*.

En sexto lugar, los cinco aspectos anteriores recobran su unidad original cuando se busca de qué modo configuran el molde narrativo habitual del episodio medio de una serie de animación. Aquí resulta muy relevante la estructura narrativa, pero también cómo suelen comportarse los otros cuatro aspectos diegéticos.

En séptimo y último lugar, la hermenéutica ofrece el camino para aclarar la relación entre la forma y el fondo, el formato y el sentido, descubriendo la analogía de mundo que propone la obra. La comprensión de un formato de ficción, en animación o en acción real, es la base para conocer el tipo de modelo de mundo que propone la obra. En este

punto, las posibilidades hermenéuticas son muy amplias, aunque, en cualquier caso, la obra siempre sugiere cuáles podrían resultar más adecuadas. La complejidad de este punto requeriría un mayor desarrollo en el futuro.

5. REFERENCIAS.

- ABELLÁN-GARCÍA BARRIO, Álvaro (ed.) (2023), *Mundos posibles poéticos. El caso de Patria: el pueblo, la novela, la serie*, Madrid, Los Libros de la Catarata.
- ABELLÁN-GARCÍA BARRIO, Álvaro y ENCINAS CANTALAPIEDRA, Arturo (2021), «The recognition of the sacred in theories of possible worlds: some hermeneutic orientations», *Church, Communication and Culture*, vol. 6, núm. 2, pp. 175-193. <https://doi.org/10.1080/23753234.2021.1961594> (consultado el 17 de junio de 2024).
- ARONSON, Linda (2000), *Television Writing: The Ground Rules of Series, Serials and Sitcoms*, North Ryde, AFTRS, New South Wales.
- BARAHONA MARTÍNEZ, Jaime, LEGERÉN LAGO, Beatriz y GOVANTES CARRASCO, Daniel (2024), «Estructuras y Técnicas narrativas de series tradicionales en contenidos de plataformas digitales: El caso de las series de rol en Minecraft», *Visual Review. Revista Internacional De Cultura Visual*, vol. 16, núm. 3, pp. 321-332. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5271>.
- BRENES, Carmen Sofia. (2001), *¿De qué tratan realmente las películas? Claves prácticas para analizar y escribir guiones de cine y televisión*, Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias.
- BORDWELL, David y THOMPSON, Kristin. (2001), *Film art: An introduction*, New York, McGraw-Hill.
- BORT GUAL, Iván (2012), «Los openings de las series televisivas dramáticas norteamericanas contemporáneas como partículas narrativas con estratégicos componentes semióticos», en *Proceedings of the 10th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS): Culture of Communication-Communication of Culture*, Universidad da Coruña, pp. 1761-1772.
- CANO, Pedro L. (2002), *De Aristóteles a Woody Allen. Poética y retórica para cine y televisión*, Barcelona, Gedisa.
- CHALABY, Jean K. (2016), *The Format Age: Television's Entertainment Revolution*, Cambridge-Malden, Polity Press.
- CHICHARRO-MERAYO, Mar, GIL-GASCÓN, Fátima y ANTONA-JIMENO, Tamara (2024), «Ficción televisiva y memoria política sobre el terrorismo en España: el caso de ETA», *index.comunicación*, vol. 14, núm. 1, pp. 301-321. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01Ficcio> (consultado el 17 de junio de 2024).
- CHION, Michael (2011), *Cómo se escribe un guión*. Edición definitiva, Madrid, Cátedra.
- CREEBER, Glen (2024), *The Television Genre Book*, London, Bloomsbury.
- DOUGLAS, Pamela (2007), *Writing the TV Drama Series*, Studio City, Michael Wiese.

- ENCINAS CANTALAPIEDRA, Arturo y MORGADO GONÇALVES, Rodrigo Miguel (2024), «Animated Series in the 90s, Between the Procedural Series and Serial: Format and Possible World of Spider-Man (1994-1998)», *Visual Review. International Visual Culture Review*, vol. 16, núm. 1, pp. 141-153. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5183> (consultado el 17 de junio de 2024).
- FEDELE, Maddalena (2021). «La segunda generación de teen series: programas estadounidenses, británicos y españoles de los 2000-2010», *index.comunicación*, vol. 11, núm. 1, 297-327. <https://doi.org/10.33732/ixc/11/01Lasegu> (consultado el 17 de junio de 2024).
- FIGUEO ESPADAS, Javier (2019), «A review of scene and sequence concepts'», *Communication & Society*, vol. 32, núm. 1, pp. 267-277. <https://doi.org/10.15581/003.32.37829> (consultado el 17 de junio de 2024).
- GARCÍA MARTÍNEZ, Alberto Nahum y NANNICELLI, Ted (2021), «Otro tipo de recompensa narrativa: el concepto de “prolongación temporal” como superación de la serialidad televisiva», *Area Abierta*, vol. 21, núm. 3, pp. 349-365. <https://doi.org/10.5209/arab.75200> (consultado el 17 de junio de 2024).
- GARCÍA-NOBLEJAS, Juan José (1982), *Poética del texto audiovisual. Introducción al discurso narrativo de la imagen*, Pamplona, EUNSA.
- (2005). *Comunicación y mundos posibles*, Pamplona, EUNSA.
- (2017). «Practical philosophy and television drama. Ethical and anthropological remarks on some European television series (2015)», *Church, Communication and Culture*, vol. 2, núm. 1, pp. 41-62. <https://doi.org/10.1080/23753234.2017.1287279> (consultado el 17 de junio de 2024).
- GÓMEZ MARTÍNEZ, Pedro y GARCÍA GARCÍA, Francisco (2010). *El guion en las series televisivas. Formatos de ficción y presentación de proyectos*, Madrid, Universidad Francisco de Vitoria.
- GUTIÉRREZ DELGADO, Ruth (2023), *Si Aristóteles levantara la cabeza. Manual de escritura de series*, Pamplona, EUNSA.
- HIDALGO-MARÍ, Tatiana, SEGARRA-SAAVEDRA, Jesús y PALOMARES-SÁNCHEZ, Patricia (2021). «In-depth study of Netflix's original content of fictional series. Forms, styles and trends in the new streaming scene», *Communication & Society*, vol. 43, núm. 3, pp. 1-13. <https://doi.org/10.15581/003.34.3.1-13> (consultado el 17 de junio de 2024).
- (2022). «Hacia un nuevo canon televisivo: La historia reciente de la ficción española creada para el VOD (2016-2020)», *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 80, pp. 119-134. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1533> (consultado el 17 de junio de 2024).
- LORIGUILLO-LÓPEZ, Antonio (2021). *Anime complejo. La ambigüedad narrativa en la animación japonesa*, Valencia, Universitat de València.
- MASANET, Maria José, et al. (2023). *Youth Street Groups and Media Representations*, Barcelona, Universitat Pompeu Fabra & European Research. <http://doi.org/10.31009/transgang.2023.fr05> (consultado el 17 de junio de 2024).
- MCKEE, Robert, (1997). *Story. Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting*, Mew York, HarperCollins.
- MILLS, Brett (2009). *The Sitcom*, Edinburgh, Edinburgh University Press.

- PRADO Emili, *et al.* (2020). «General-tele-vision programming in Europe (UE5): Public versus commercial channels», *El profesional de la información*, 29(2), e290204. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.04> (consultado el 17 de junio de 2024).
- PLANES, José Antonio, GARCÍA, Alberto N. y PÉREZ-MORÁN, Ernesto, (2022). «Flashbacks in Netflix Original TV Series (2013–2017): Predominant Categories, Formal Features, and Semantic Effects (2022)», *International Journal of Communication*, vol. 16, pp. 3443-3469. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/19013> (consultado el 17 de junio de 2024).
- PROPP, Vladimir (1998), *Morfología del cuento*, Madrid, Akal.
- SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio (2014), *Estrategias de guion cinematográfico. El proceso de creación de una historia*, Barcelona, Ariel.
- SALÓ, Gloria (2003), *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Barcelona, Gedisa.
- TOUS, Anna (2010), *La era del drama en televisión*, Barcelona, UOC.
- TOBIAS, Roland B. (1993), *20 Master Plots (and How to Build Them)*, Ohio, Writer's Digest Books.
- TRUBY, John (2014), *Anatomía del guión. El arte de narrar en 22 pasos*, Barcelona, Alba.
- VOGLER, Christopher (2007), *The Writer's Journey. Mythic Structure for Writers*, Studio City, Michael Wiese Productions.
- WELLS, Paul (2024), «Animation», en Glen CREEBER (ed.), *The Television Genre Book*, London, Bloomsbury, pp. 247-263.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADOPCIÓN DE PAGOS CONTACTLESS: UN ANÁLISIS CUANTITATIVO

Daniel CORRAL DE LA MATA
Universidad Rey Juan Carlos

Óscar AGUADO TEVAR
Universidad Nebrija

María GARCÍA DE BLANES SEBASTIÁN
Universidad Rey Juan Carlos

Luis DÍAZ-MARCOS
Universidad Nebrija

1. INTRODUCCIÓN

Los pagos contactless se han convertido en una solución tecnológica destacada, facilitando transacciones rápidas, seguras y convenientes en una multitud de contextos comerciales y personales. Esta tecnología, que permite realizar pagos simplemente acercando un dispositivo como un smartphone o tarjeta a un terminal de pago, con ello se optimiza el tiempo de transacción y también mejora la experiencia del usuario al minimizar la necesidad de interacciones físicas y manipulación de efectivo.

La relevancia de los pagos contactless ha sido particularmente notable durante la reciente pandemia global, donde la necesidad de reducir

contactos físicos aceleró su adopción tanto en mercados emergentes como desarrollados. A pesar de su creciente popularidad, la adopción de esta tecnología no es uniforme, y varios factores influyen en su aceptación y uso continuado por parte de los consumidores.

Este capítulo busca profundizar en la comprensión de estos factores, empleando un enfoque cuantitativo para evaluar cómo variables específicas como la influencia social, la confianza, y la percepción de seguridad, entre otras, afectan la decisión de adoptar los pagos contactless. Utilizando datos empíricos recopilados a través de cuestionarios distribuidos tanto en línea como presencialmente, este estudio analiza los factores que motivan o inhiben la adopción de pagos sin contacto.

La investigación se basa en modelos teóricos de adopción tecnológica y se fortalece con aportes de estudios previos que han explorado aspectos similares de las tecnologías emergentes, asegurando un análisis fundamentado y detallado que contribuye tanto a la literatura académica como a las empresas. Este capítulo destaca los factores que influyen en la adopción de los pagos contactless y realiza recomendaciones para facilitar su integración más amplia de esta tecnología.

2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

Este estudio tiene como objetivo principal identificar y analizar los factores que influyen en la adopción de la tecnología de pagos contactless por parte de los consumidores. Se explorará cuáles son los factores que inciden en la intención de uso y cómo estos impactan en la adopción real de la tecnología.

Para alcanzar estos objetivos, se diseñó un cuestionario cuantitativo basado en modelos teóricos consolidados de adopción tecnológica, adaptados específicamente para examinar los pagos contactless. Se obtuvieron datos empíricos a través de un cuestionario distribuido de dos maneras: por un lado, se emplearon métodos online utilizando un formulario de Google Forms, compartido mediante correo electrónico, dispositivos móviles y redes sociales; por otro lado, se realizaron encuestas presenciales, donde los participantes accedieron a través de un código QR. Este proceso se llevó a cabo durante los meses de marzo y abril de 2024, recopilando un total de 303 respuestas.

Los ítems principales del cuestionario, además de los descriptivos, se evaluaron mediante una escala Likert de cinco puntos, que iba desde «totalmente en desacuerdo» hasta «totalmente de acuerdo». La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para el análisis de los datos, se utilizará el software SPSS v27. Este enfoque permitirá obtener una comprensión más profunda de las dinámicas que impulsan la aceptación de los pagos contactless, propor-

cionando información sobre el comportamiento del usuario que servirá para orientar la implementación de estrategias y mejoras tecnológicas en el sector.

3. REVISIÓN LITERATURA

3.1. Definición de Pagos Contactless

Los pagos contactless, también conocidos como pagos sin contacto, son una forma de transacción financiera que no requiere contacto físico entre el dispositivo de pago del consumidor y el terminal de pago. Esta tecnología permite a los usuarios realizar pagos simplemente acercando su tarjeta de crédito, smartphone o cualquier otro dispositivo habilitado con tecnología contactless a un terminal de pago equipado con la misma tecnología. Los pagos contactless son valorados por su velocidad y comodidad, reduciendo significativamente el tiempo de transacción en comparación con los métodos de pago tradicionales. Además, ofrecen un nivel de seguridad mejorado debido a la tecnología de encriptación utilizada en las transacciones, lo que disminuye el riesgo de robo de datos y fraude. Estos pagos son especialmente útiles en entornos de alto volumen, como transporte público, eventos deportivos y tiendas minoristas, donde la eficiencia en el proceso de pago es importante. Según Auer *et al.* (2022), los pagos contactless mejoran la eficiencia y también incrementan la seguridad de las transacciones, haciendo que sean preferidos tanto por consumidores como por comerciantes en muchas partes del mundo¹.

3.2. Variables de aceptación en pagos contactless

La adopción de los pagos móviles está influenciada por múltiples factores. A continuación, se describen algunos de ellos:

La influencia social se refiere al grado en que los individuos perciben que personas importantes para ellos (como amigos, familia y colegas) creen que deberían usar una nueva tecnología. En el contexto de NFC, si las personas en el entorno del usuario utilizan y recomiendan la tecnología, es más probable que el usuario también la adopte. Estudios han demostrado que la presión social puede jugar un papel significativo en la decisión de adoptar pagos móviles contactless². La influencia de líderes de opinión y el boca a boca también pueden aumentar la adopción de esta tecnología³.

¹ AUER, R., CORNELLI, G., y FROST, J. (2022), p. 34.

² ALMAIAH, M.A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T.H.H. (2022), p. 290.

³ MALARVIZHI, C.A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.

La confianza en la tecnología NFC y en las entidades que la gestionan, como bancos y proveedores de servicios de pago, es esencial para su adopción. La confianza reduce la percepción de riesgo y aumenta la disposición de los usuarios a utilizar los pagos móviles contactless. La confianza en que las transacciones serán seguras y que la información personal y financiera estará protegida es un determinante clave para la aceptación⁴. Almaiah *et al.* (2022) encontraron que la confianza percibida influye significativamente en la adopción de pagos contactless en Arabia Saudita⁵.

El riesgo percibido se refiere a la percepción de posibles pérdidas o daños asociados con el uso de una nueva tecnología. En el caso de los pagos móviles contactless, los usuarios pueden temer fraudes, pérdida de datos o mal uso de su información personal. Un alto nivel de riesgo percibido puede disuadir a los usuarios de adoptar la tecnología⁶. Reducir el riesgo percibido mediante la mejora de las medidas de seguridad y la educación del usuario es importante para aumentar la aceptación⁷.

La percepción de facilidad de uso se refiere a la medida en que un usuario percibe que el uso de la tecnología NFC es libre de esfuerzo. La simplicidad de realizar pagos y la conveniencia de no tener que llevar efectivo o tarjetas son aspectos que aumentan la aceptación de NFC. Si los usuarios consideran que la tecnología es fácil de aprender y utilizar, estarán más dispuestos a adoptarla⁸.

La fiabilidad se refiere a la consistencia del sistema de pagos contactless. Los usuarios necesitan confiar en que la tecnología funcionará correctamente cada vez que la utilicen. La percepción de fiabilidad está estrechamente relacionada con la experiencia del usuario y puede influir en la aceptación de la tecnología⁹.

La seguridad de las transacciones es un factor crítico para la aceptación de los pagos móviles contactless. Los usuarios deben estar seguros de que sus transacciones no serán interceptadas o alteradas. La implementación de protocolos de seguridad robustos y la comunicación de estas medidas a los usuarios pueden aumentar la confianza y reducir el riesgo percibido¹⁰.

La consistencia en la experiencia del usuario se refiere a la uniformidad y previsibilidad del rendimiento de la tecnología NFC en diferentes contextos. Los usuarios esperan una experiencia sin problemas

⁴ AGÁRDI, I., ALT, M.A. (2022), p. 102.

⁵ ALLAM, A.M. (2023), p. 1473.

⁶ CHAKRAVARTHY, P., KAVITHA, S.T.K., MEENA, S. (2022), p. 189.

⁷ ALSHAMMARI, M., NASHWAN, S. (2022), p. 405.

⁸ ARIS, F., ISMAIL, K., MOHEZAR, S. (2022), p. 1538.

⁹ CHABBI, S., EL MADHOUN, N. (2022), p. 993.

¹⁰ AHAMAD, S.S. (2022), p. 1907.

y consistente cada vez que utilizan pagos móviles contactless. La consistencia en la experiencia del usuario puede aumentar la satisfacción y la lealtad hacia la tecnología¹¹.

La percepción de utilidad se relaciona con el grado en que una persona cree que usar la tecnología mejorará su desempeño en ciertas tareas. En el contexto de los pagos móviles contactless, esto incluye la rapidez y conveniencia de realizar transacciones sin contacto. La percepción de alta utilidad es un predictor fuerte de la intención de uso¹².

El valor percibido es la evaluación general de la tecnología basada en la percepción de beneficios y costes asociados. Si los usuarios perciben que los beneficios de usar pagos móviles contactless superan los costes (como tiempo, esfuerzo y riesgos), estarán más inclinados a adoptar la tecnología¹³.

La intención de uso es la disposición del usuario a adoptar y utilizar la tecnología NFC en el futuro. La intención de uso es influenciada por todos los factores mencionados anteriormente y es un fuerte predictor de la adopción real de la tecnología¹⁴.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis de datos sociodemográficos y de uso

El análisis de las características demográficas de los encuestados proporciona una comprensión sobre quiénes son los usuarios actuales y potenciales de los pagos contactless. La distribución entre géneros es relativamente equilibrada, con una ligera mayoría de hombres. Esta representación sugiere que tanto hombres como mujeres están igualmente interesados y participan en el uso de tecnologías de pago avanzadas. Respecto a la edad, el estudio muestra una clara inclinación hacia un público más joven, con casi la mitad de los encuestados nacidos a partir del año 2000. Esto indica que los jóvenes están más inclinados a adoptar nuevas tecnologías, lo cual es coherente con la tendencia general de que las generaciones más jóvenes son más adeptas y abiertas a la innovación tecnológica. También hay una representación significativa de los grupos de edad de entre 1965 y 1999, demostrando que las tecnologías de pago contactless no son exclusivas de los usuarios más jóvenes. En cuanto al nivel educativo, la mayoría de los encuestados posee estudios universitarios o equivalentes, lo que refleja un alto grado de educación entre los usuarios de pagos contactless. Este alto

¹¹ HARNANINGRUM, L. N., ASHARI, A., PUTRA, A. E. (2022), p. 162.

¹² SROUJI, J., TORRE, D. (2022), p. 5.

¹³ EL MADHOUN, N., BERTIN, E., PUJOLLE, G. (2022), p. 450.

¹⁴ MARTINEZ, B. M., MCANDREWS, L. E. (2023), p. 461.

nivel educativo puede facilitar una mayor comprensión y aceptación de las tecnologías emergentes, ya que estos individuos podrían tener una mejor capacidad para comprender los beneficios y el funcionamiento de los sistemas de pago avanzados.

TABLA 1

Características	Frecuencia	Porcentaje
<i>Género</i>		
Hombre	174	57,4 %
Mujer	129	42,6 %
Total	303	100,0 %
<i>Año de Nacimiento</i>		
1965-1979	72	23,8 %
1980-1999	72	23,8 %
A partir de 2000	140	46,2 %
Anterior a 1965	19	6,3 %
Total	303	100,0 %
<i>Nivel de Estudios</i>		
Enseñanzas profesionales superiores	77	25,4 %
Estudios secundarios o equivalentes	13	4,3 %
Estudios universitarios o equivalentes	213	70,3 %
Total	303	100,0 %

El análisis de los datos sobre el uso de servicios de pago contactless revela una alta tasa de adopción, con la gran mayoría de los encuestados utilizando esta tecnología. Muchos de los usuarios han realizado múltiples pagos contactless en el último mes, indicando un uso frecuente y consistente. Un pequeño porcentaje de los encuestados no realizó ningún pago contactless recientemente. La mayoría de los usuarios elige utilizar el pago contactless de manera voluntaria y no como única opción disponible, lo que sugiere una preferencia clara por esta tecnología debido a su conveniencia. Entre los diferentes métodos de pago contactless, Samsung Pay es el más popular, seguido por Apple Pay y Google Pay, mientras que otras opciones como Waylet también son utilizadas por una porción de los usuarios. Además, casi todos los encuestados expresan una fuerte preferencia por realizar pagos utilizando tecnología contactless siempre que sea posible, reflejando una inclinación significativa hacia esta modalidad de pago por su rapidez y aceptación generalizada. Esto subraya la conveniencia y la eficiencia de los pagos contactless como factores clave en su adopción extendida.

TABLA 2

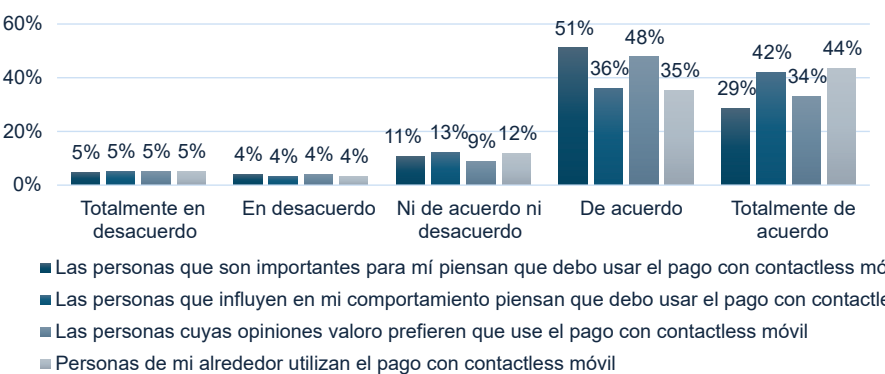
Pregunta	Frecuencia	Porcentaje
<i>¿Utilizas los servicios de pago contactless con el móvil?</i>		
No	14	4,6 %
Sí	289	95,4 %
Total	303	100,0 %
<i>En el último mes, ¿cuántas veces has pagado contactless con el móvil?</i>		
Entre 1 y 20	147	48,5 %
Entre 20 y 40	106	35,0 %
Más de 40	36	11,9 %
Ninguna	14	4,6 %
Total	303	100,0 %
<i>¿Has pagado con contactless con el móvil porque era la única posibilidad?</i>		
No	274	90,4 %
Sí	29	9,6 %
Total	303	100,0 %
<i>¿Qué método de pago contactless utilizas con el móvil?</i>		
Apple Pay	87	28,7 %
Google Pay	52	17,2 %
Otros	12	4,0 %
Samsung Pay	133	43,9 %
Waylet	19	6,3 %
Total	303	100,0 %
<i>¿Siempre pagas con contactless con el móvil?</i>		
No	16	5,3 %
Sí	287	94,7 %
Total	303	100,0 %

4.2. Análisis de datos de los factores que influyen en la aceptación de los pagos contactless

La influencia social desempeña un papel importante en la adopción del pago con contactless móvil. Una amplia mayoría de los encuestados indica que las personas importantes en sus vidas creen que deberían utilizar esta tecnología. Esto resalta una fuerte influencia de personas cercanas en la adopción de esta tecnología. Además, una proporción similar siente que las personas que influyen en su comportamiento también apoyan el uso de pago con contactless móvil. Esto muestra cómo las influencias sociales y de comportamiento pueden ser decisivas en la aceptación de nuevas tecnologías. Un porcentaje aún mayor de participantes señala

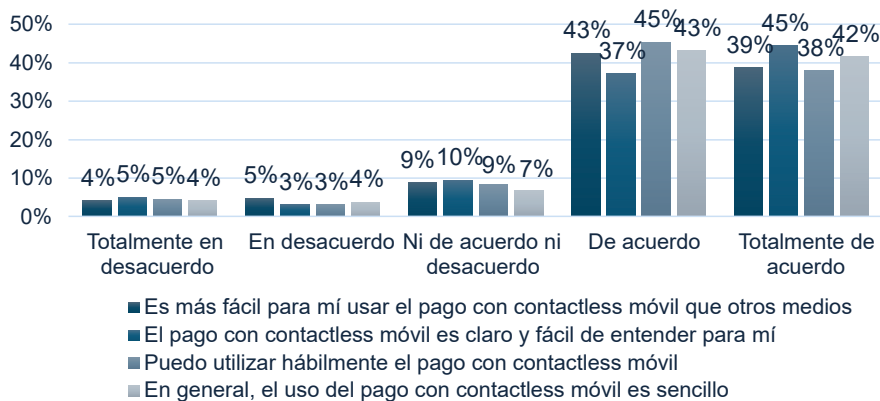
que las personas cuyas opiniones valoran prefieren que usen el pago con contactless móvil, destacando la importancia de la validación social y la confianza en opiniones de individuos considerados importantes. Además, una alta proporción observa que personas a su alrededor ya están utilizando esta forma de pago. Este dato es importante, ya que la percepción del uso generalizado puede acelerar la adopción debido al efecto de imitación y la normalización del uso de la tecnología. Para aumentar la adopción del pago con contactless móvil, las estrategias de promoción deberían centrarse en destacar el uso y la aceptación de la tecnología por parte de personas influyentes y valoradas en la vida de los usuarios potenciales, así como mostrar su uso generalizado en la comunidad. Este análisis sugiere que la adopción del pago con contactless móvil depende por un lado de la conveniencia o la tecnología en sí, y por otro de las dinámicas sociales y de comportamiento que rodean al usuario. Estos resultados son consistentes con las investigaciones de otros autores en el campo. Por ejemplo, los estudios realizados por Almaiah *et al.* (2022)¹⁵ y Malarvizhi *et al.* (2022)¹⁶ también destacan la influencia significativa de los factores sociales y la percepción de la comunidad en la adopción de tecnologías de pago. Asimismo, Agárdi y Alt (2022)¹⁷ enfatizan cómo las diferencias generacionales pueden afectar la aceptación y el uso de las tecnologías de pago móvil, alineándose con los hallazgos de que las influencias sociales varían considerablemente entre diferentes grupos de edad. Estos estudios subrayan la importancia de considerar los aspectos sociales al implementar y promocionar nuevas tecnologías de pago.

GRÁFICO 1. LA INFLUENCIA SOCIAL



¹⁵ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.
¹⁶ MALARVIZHI, C. A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.
¹⁷ AGÁRDI, I., ALT, M. A. (2022), p. 102.

GRÁFICO 2. LA PERCEPCIÓN DE LA FACILIDAD DE USO



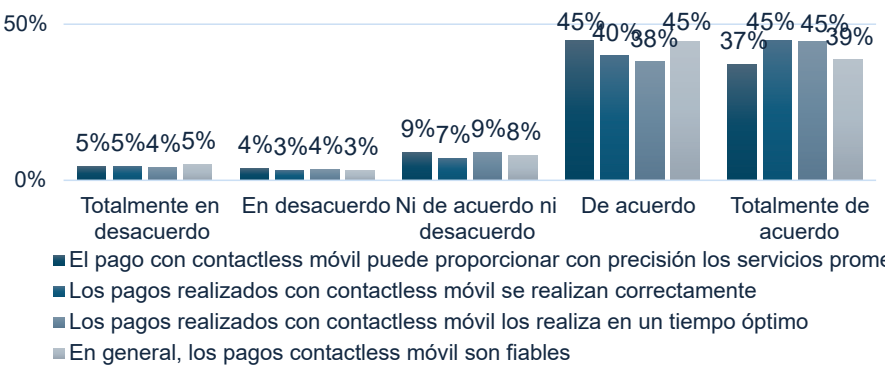
La percepción de la facilidad de uso es un factor determinante en la adopción de tecnologías nuevas, como lo es el pago con contactless móvil. Según las respuestas obtenidas se evidencia muestra una alta aceptación de la facilidad de uso de esta modalidad de pago entre los encuestados. La mayoría de los participantes considera que el pago contactless es más fácil de usar que otros métodos de pago, además de ser claro y fácil de entender. Adicionalmente, indican que pueden utilizarlo hábilmente y que, en general, encuentran su uso sencillo. Estos hallazgos subrayan la importancia de la simplicidad y la claridad en el proceso de adopción tecnológica. La confianza de los usuarios en su habilidad para manejar esta tecnología eficazmente contribuye significativamente a su adopción generalizada. Por tanto, para fomentar aún más la adopción del pago contactless, es importante mantener y comunicar efectivamente estos aspectos de facilidad de uso y simplicidad. Las campañas de marketing y las iniciativas educativas deberían enfocarse en demostrar lo intuitivo y accesible que es el pago con contactless móvil. Es esencial asegurar que los usuarios potenciales perciban estas tecnologías como útiles y también como algo que pueden usar con confianza y competencia. Al hacerlo, se facilita la transición de los usuarios hacia prácticas de pago más modernas y tecnológicamente avanzadas, lo cual es fundamental para la evolución continua del ecosistema de pagos digitales. Este enfoque se encuentra respaldado por múltiples estudios que han explorado la importancia de la facilidad de uso en la adopción tecnológica. Investigaciones como las de Almaiah *et al.* (2022)¹⁸ y Malarvizhi *et al.* (2022)¹⁹,

¹⁸ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

¹⁹ MALARVIZHI, C. A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.

entre otros, confirman que la facilidad de uso es un predictor clave de la aceptación tecnológica. Estos estudios destacan cómo una interfaz intuitiva y una experiencia de usuario simplificada pueden acelerar la adopción de nuevas tecnologías al reducir las barreras de entrada para los usuarios. Por lo que, enfatizar estos aspectos puede ser una estrategia efectiva para incrementar la aceptación y el uso del pago contactless en diversos contextos y poblaciones.

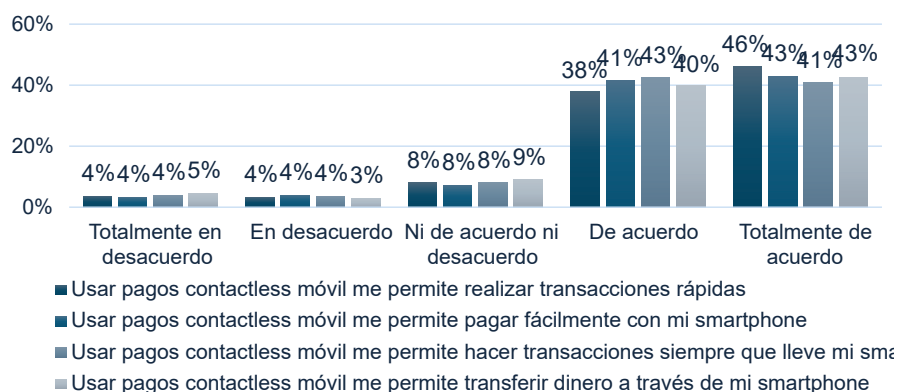
GRÁFICO 3. LA FIABILIDAD



La fiabilidad es un componente importante en la adopción de tecnologías emergentes como los pagos con contactless móvil. Según nuestro estudio, la percepción de fiabilidad de esta tecnología es alta entre los encuestados. La mayoría confía en que la tecnología proporciona los servicios prometidos con precisión, realiza los pagos correctamente y en un tiempo óptimo, factores que son esenciales para su aceptación. Los usuarios valoran sistemas eficientes, precisos y confiables. La precisión y corrección en la ejecución de los pagos, junto con la rapidez con la que se completan, son aspectos que resaltan significativamente en la experiencia del usuario, aumentando la conveniencia y la satisfacción general. La rapidez, en particular, es un factor que potencia la percepción de eficiencia del sistema, haciéndolo atractivo para un uso frecuente en la vida cotidiana. Para fomentar aún más la adopción del pago con contactless móvil, es fundamental mantener y comunicar estos atributos de precisión, corrección y fiabilidad. Las campañas de marketing y las iniciativas educativas deberían enfocarse en destacar la exactitud y la rapidez de la tecnología, asegurando que los usuarios potenciales se sientan confiados en su capacidad para cumplir con sus expectativas y en su uso seguro y efectivo. Este enfoque es respaldado por investigaciones que han demostrado que la percepción de fiabilidad tiene un impacto significativo en la decisión de adoptar nuevas

tecnologías. Estudios como los realizados por Almaiah *et al.* (2022)²⁰ y Zhang *et al.* (2023)²¹ han identificado la fiabilidad como un factor clave que influye en la aceptación y el uso continuo de tecnologías de pago avanzadas. La consistencia en la fiabilidad mejora la confianza del usuario y fortalece la dependencia hacia la tecnología, aspectos que son fundamentales para la integración sostenida de soluciones tecnológicas innovadoras en las prácticas diarias de los consumidores.

GRÁFICO 4. LA PERCEPCIÓN DE CONVENIENCIA DEL PAGO



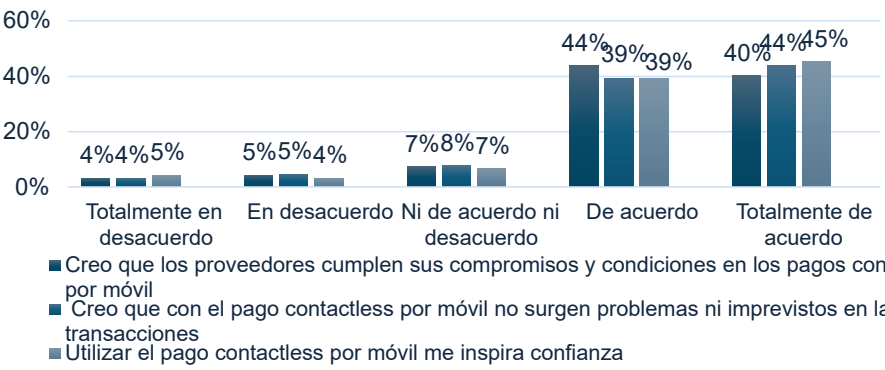
La percepción de conveniencia del pago con contactless móvil es alta entre los encuestados. La mayoría considera que esta tecnología permite realizar transacciones rápidas, facilita el pago con el smartphone, permite hacer transacciones en cualquier momento y facilita la transferencia de dinero. Estos factores son esenciales para la adopción de nuevas tecnologías de pago, ya que los usuarios buscan sistemas que sean rápidos, fáciles y flexibles. La rapidez y la facilidad de uso del pago con contactless móvil son aspectos destacados que contribuyen a su aceptación. La capacidad de realizar transacciones en cualquier momento y la facilidad para transferir dinero también toman un papel importante en la experiencia del usuario, aumentando la conveniencia y la satisfacción. Para fomentar aún más la adopción del pago con contactless móvil, es fundamental mantener y comunicar estos aspectos de rapidez, facilidad y flexibilidad. Las campañas de marketing y educación pueden enfocarse en demostrar la eficiencia y conveniencia de la tecnología, asegurando que los usuarios potenciales se sientan confiados en su uso y en la capacidad de la tecnología para cumplir con sus expectativas. Este enfoque

²⁰ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

²¹ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.

está respaldado por estudios que han demostrado que la percepción de conveniencia es un factor clave en la adopción de tecnologías de pago emergentes. Por ejemplo, estudios realizados por Almaiah *et al.* (2022)²² y Zhang *et al.* (2023)²³ han identificado la conveniencia como un factor determinante en la aceptación de los pagos móviles avanzados. La facilidad de uso y la capacidad de realizar transacciones rápidas y seguras son aspectos que incrementan la satisfacción del usuario y promueven la adopción continua de estas tecnologías.

GRÁFICO 5. LA PERCEPCIÓN DE CONFIANZA Y FIABILIDAD



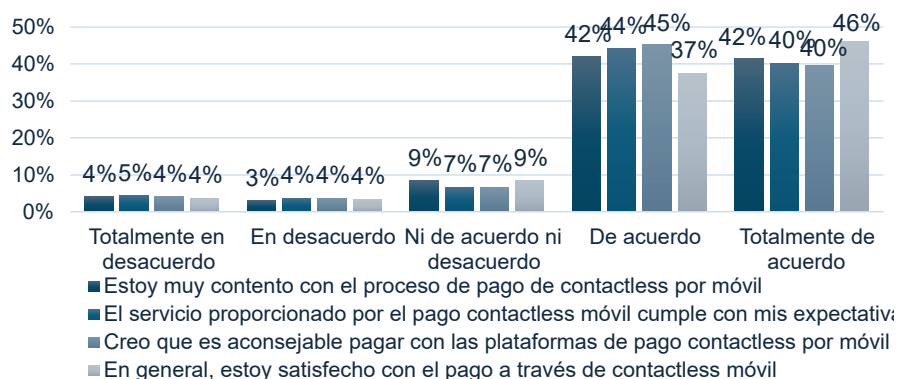
La percepción de confianza y fiabilidad en el pago contactless por móvil es alta entre los encuestados. La mayoría considera que los proveedores cumplen con sus compromisos y condiciones, que no surgen problemas ni imprevistos en las transacciones, y que el uso de esta tecnología les inspira confianza. Estos factores son esenciales para la adopción y uso continuo de nuevas tecnologías de pago, ya que los usuarios buscan sistemas que sean confiables y seguros. La integridad de los proveedores y la estabilidad del sistema de pago contactless son aspectos destacados que contribuyen a su aceptación. La confianza en la tecnología también juega un papel importante en la experiencia del usuario, aumentando la seguridad y la satisfacción. Para fomentar aún más la adopción del pago contactless por móvil, es fundamental mantener y comunicar estos aspectos de confiabilidad y seguridad. Las campañas de marketing y educación pueden enfocarse en demostrar la integridad de los proveedores y la estabilidad del sistema, asegurando que los usuarios potenciales se sientan confiados en su uso y en la capacidad de la tecnología para cumplir con sus expectativas. Este

²² ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

²³ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.

enfoque está respaldado por investigaciones que han demostrado que la percepción de confianza y fiabilidad tiene un impacto significativo en la adopción de nuevas tecnologías. Estudios como los realizados por Almaiah *et al.* (2022)²⁴ y Zhang *et al.* (2023)²⁵ han identificado la confianza y fiabilidad como factores clave que influyen en la aceptación y el uso continuo de tecnologías de pago avanzadas. La consistencia en la fiabilidad mejora la confianza del usuario y también fortalece la dependencia hacia la tecnología, aspectos que son fundamentales para la integración sostenida de soluciones tecnológicas innovadoras en las prácticas diarias de los consumidores.

GRÁFICO 6. LA PERCEPCIÓN DE SATISFACCIÓN



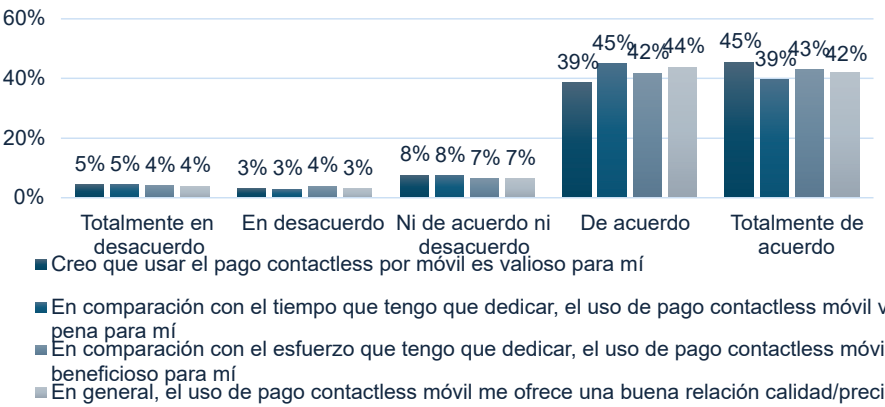
La percepción de satisfacción con el pago contactless por móvil es alta entre los encuestados. La mayoría está contenta con el proceso de pago, considera que el servicio cumple con sus expectativas, cree que es aconsejable usar esta tecnología y está satisfecha en general con su uso. Estos factores son esenciales para la adopción y uso continuo de nuevas tecnologías de pago, ya que los usuarios buscan sistemas que por un lado sean confiables y seguros, y por otro cumplan con sus expectativas y proporcionen una experiencia satisfactoria. La alta satisfacción con el proceso y el cumplimiento de expectativas reflejan la efectividad y eficiencia de la tecnología de pago contactless móvil. La recomendación de su uso por parte de los usuarios satisfechos puede ayudar a fomentar su adopción entre nuevos usuarios, creando un ciclo positivo de aceptación y uso. Para fomentar aún más la adopción del pago contactless por móvil, es fundamental mantener y comunicar estos altos niveles de satisfacción y cumplimiento de expectativas. Las campañas de marketing y educa-

²⁴ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

²⁵ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.

ción pueden enfocarse en los testimonios de usuarios satisfechos y en la demostración de cómo la tecnología cumple y supera las expectativas, asegurando que los usuarios potenciales se sientan confiados en su uso y en la capacidad de la tecnología para proporcionar una experiencia de pago positiva y satisfactoria. Este enfoque está respaldado por investigaciones que han demostrado que la satisfacción del usuario tiene un impacto significativo en la adopción de nuevas tecnologías. Estudios como los realizados por Almaiah *et al.* (2022)²⁶ y Zhang *et al.* (2023)²⁷, junto con investigaciones de otros autores como Malarvizhi *et al.* (2022)²⁸ y Agárdi y Alt (2022)²⁹, han identificado la satisfacción del usuario como un factor clave que influye en la aceptación y el uso continuo de tecnologías de pago avanzadas. La consistencia en la satisfacción mejora la confianza del usuario y fortalece la lealtad hacia la tecnología, aspectos que son fundamentales para la integración de soluciones tecnológicas innovadoras en las prácticas diarias de los consumidores.

GRÁFICO 7. LA PERCEPCIÓN DE VALOR



La percepción de valor en el uso del pago contactless por móvil es alta entre los encuestados. La mayoría considera que esta tecnología es interesante, justifica el tiempo y esfuerzo dedicados, y ofrece una buena relación calidad/precio. Estos factores son esenciales para la adopción y uso continuo de nuevas tecnologías de pago, ya que los usuarios buscan sistemas que sean eficientes y convenientes, y que también proporcionen un valor claro y tangible. La fuerte percepción de valor y la relación calidad/precio reflejan la efectividad y eficiencia de la tecnología de pago contactless móvil. La valoración positiva del tiempo y esfuerzo invertido

²⁶ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.
²⁷ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.
²⁸ MALARVIZHI, C. A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.
²⁹ GÁRDI, I., ALT, M. A. (2022), p. 102.

en su uso puede ayudar a fomentar su adopción entre nuevos usuarios, creando un ciclo positivo de aceptación y uso. Para fomentar aún más la adopción del pago contactless por móvil, es fundamental mantener y comunicar estos altos niveles de percepción de valor y eficiencia. Las campañas de marketing y educación pueden enfocarse en destacar los beneficios tangibles y la relación calidad/precio del pago contactless móvil, asegurando que los usuarios potenciales se sientan confiados en su uso y en la capacidad de la tecnología para proporcionar una experiencia de pago valiosa y satisfactoria. Este enfoque está respaldado por estudios que han demostrado que la percepción de valor tiene un impacto significativo en la adopción de nuevas tecnologías. Investigaciones como las de Almaiah *et al.* (2022)³⁰ y Zhang *et al.* (2023)³¹, junto con estudios de Malarvizhi *et al.* (2022)³² y Agárdi y Alt (2022)³³, han identificado el valor percibido como un factor determinante en la aceptación de los pagos móviles avanzados. La percepción de valor mejora la satisfacción del usuario, fortalece la lealtad hacia la tecnología, aspectos que son fundamentales para la integración sostenida de soluciones tecnológicas innovadoras en las prácticas diarias de los consumidores.

La percepción de intención de uso futuro del pago contactless por móvil es alta entre los encuestados. La mayoría tiene la intención de seguir usando esta tecnología en el futuro, se comprometen a usarla en su vida diaria y planean usarla con frecuencia. Estos factores son esenciales para la adopción y uso continuo de nuevas tecnologías de pago, ya que los usuarios necesitan estar dispuestos a integrar la tecnología en sus rutinas diarias y verla como una opción viable y beneficiosa a largo plazo. La fuerte intención de uso futuro y la integración en la vida diaria reflejan la efectividad y aceptación de la tecnología de pago contactless móvil. La planificación para el uso frecuente puede ayudar a fomentar la adopción entre nuevos usuarios, creando un ciclo positivo de aceptación y uso. Para fomentar aún más la adopción del pago contactless por móvil, es fundamental mantener y comunicar estos altos niveles de intención de uso y compromiso. Las campañas de marketing y educación pueden enfocarse en los beneficios a largo plazo y la facilidad de integración en la vida diaria, asegurando que los usuarios potenciales se sientan motivados a adoptar y usar esta tecnología de manera regular y continua. Este enfoque está respaldado por estudios que han demostrado que la intención de uso futuro tiene un impacto significativo en la adopción de nuevas tecnologías. Investigaciones como las de Almaiah *et al.* (2022)³⁴, Zhang *et al.* (2023)³⁵,

³⁰ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

³¹ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.

³² MALARVIZHI, C. A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.

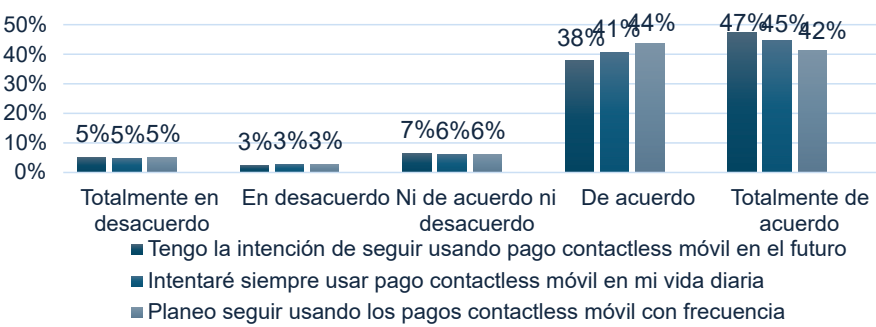
³³ AGÁRDI, I., ALT, M. A. (2022), p. 102.

³⁴ ALMAIAH, M. A., AL-RAHMI, A., ALDHYANI, T. H. H. (2022), p. 290.

³⁵ ZHANG, Q. Y., KHAN, S., KHAN, S. U. (2023), p. 1.

junto con estudios de Malarvizhi *et al.* (2022)³⁶ y Agárdi y Alt (2022)³⁷ han identificado la intención de uso como un factor determinante en la aceptación de los pagos móviles avanzados. La intención de uso mejora la adopción de la tecnología y también fortalece la lealtad hacia la tecnología, aspectos que son fundamentales para la integración sostenida de soluciones tecnológicas innovadoras en las prácticas diarias de los consumidores.

GRÁFICO 8. LA PERCEPCIÓN DE INTENCIÓN



5. CONCLUSIONES, CONTRIBUCIONES Y LIMITACIONES

El objetivo principal de este estudio era identificar y analizar los factores que influyen en la adopción de la tecnología de pagos contactless por parte de los consumidores. A través de un análisis cuantitativo basado en cuestionarios, se han explorado diversas variables que inciden en la intención de uso y su impacto en la adopción real de esta tecnología.

El estudio ha revelado que la influencia social juega un papel importante en la adopción del pago contactless. Los usuarios tienden a adoptar esta tecnología cuando las personas importantes en sus vidas la recomiendan y la utilizan, subrayando la importancia de la validación social y la presión de grupo en la aceptación de nuevas tecnologías.

La confianza y la percepción de seguridad son otros factores esenciales identificados. Los usuarios necesitan sentirse seguros de que sus transacciones serán realizadas de manera precisa y sin problemas, y que la tecnología protege su información personal y financiera. Esta

³⁶ MALARVIZHI, C. A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), p. 15.

³⁷ AGÁRDI, I., ALT, M. A. (2022), p. 102.

confianza en la tecnología y en las entidades que la gestionan es fundamental para su adopción continua. La facilidad de uso también se destaca como un factor crítico. La simplicidad y la claridad en el uso de la tecnología contactless son altamente valoradas por los usuarios, quienes buscan sistemas que sean intuitivos y convenientes. La percepción de que el pago contactless es fácil de aprender y utilizar impulsa significativamente su adopción. La percepción de utilidad se relaciona con el grado en que los usuarios creen que esta tecnología mejorará su desempeño en ciertas tareas. La rapidez y conveniencia de realizar transacciones sin contacto son aspectos clave que aumentan la intención de uso. La fiabilidad del sistema es vital para la aceptación de la tecnología. Los usuarios necesitan confiar en que el sistema de pagos contactless funcionará correctamente cada vez que lo utilicen. La precisión y la rapidez en la ejecución de las transacciones son elementos que mejoran la experiencia del usuario y aumentan su satisfacción. La consistencia en la experiencia del usuario es otro aspecto importante. Los usuarios esperan una experiencia uniforme y predecible con la tecnología en diferentes contextos, lo que aumenta su satisfacción y lealtad hacia la tecnología.

El valor percibido, que incluye la percepción de una buena relación calidad/precio, es fundamental para la adopción de los pagos contactless. Los usuarios deben sentir que los beneficios de usar esta tecnología superan los costes asociados, justificando el tiempo y esfuerzo invertidos. Finalmente, la intención de uso futuro y la planificación para integrar esta tecnología en la vida diaria son importantes. La disposición de los usuarios a seguir utilizando el pago contactless en el futuro refleja la aceptación y efectividad de la tecnología. La intención de uso continuo puede fomentar la adopción entre nuevos usuarios, creando un ciclo positivo de aceptación y uso. Estos hallazgos contribuyen a la literatura académica sobre la adopción de tecnologías emergentes y ofrecen información interesante para los desarrolladores y proveedores de servicios de pago, ayudándoles a diseñar estrategias efectivas para aumentar la aceptación de los pagos contactless.

Sin embargo, este estudio presenta algunas limitaciones. Aunque se recopiló una muestra representativa, el uso de un muestreo no probabilístico por conveniencia puede limitar la generalización de los resultados. Además, el contexto geográfico específico de España en la investigación podría afectar la aplicabilidad de los hallazgos en diferentes países con distintas culturas y niveles de desarrollo tecnológico. El método de recopilación de datos mediante cuestionarios auto-administrados puede introducir sesgos de respuesta, ya que los participantes pueden interpretar las preguntas de manera diferente o proporcionar respuestas socialmente deseables. Aunque se abordaron múltiples variables, es posible que otros factores importantes que influyen en la adopción de pagos contactless no hayan sido considerados.

Finalmente, la investigación se realizó en un periodo específico, y las percepciones de los usuarios pueden cambiar con el tiempo debido a la evolución tecnológica y cambios en el comportamiento del consumidor. A pesar de estas limitaciones, los resultados del estudio proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y para la implementación de estrategias que faciliten la adopción de pagos contactless.

6. REFERENCIAS

- AGÁRDI, I., ALT, M.A. (2022), «Do digital natives use mobile payment differently than digital immigrants? A comparative study between generation X and Z», en *Electronic Commerce Research*, pp. 1-20.
- ALLAM, A.M. (2023), «Privacy-Preserving NFC-Based Authentication Protocol for Mobile Payment System», en *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 17 (5), pp. 1471-1483.
- ALMAIAH, M. *et al.* (2022), «Investigating the Effect of Perceived Security, Perceived Trust, and Information Quality on Mobile Payment Usage through Near-Field Communication (NFC) in Saudi Arabia», en *Electronics*, 11 (23), pp. 1-25.
- ARIS, F., ISMAIL, K., MOHEZAR, S. (2022), «Fostering Mobile Payment Adoption: A Case of Near Field Communication (NFC)», en *International Journal of Business and Society*, 23 (3), pp. 1535-1553.
- CHABBI, S., EL MADHOUN, N. (2022), «A New Security Solution Enhancing the Dynamic Array PIN Protocol», en *18th IEEE International Wireless Communications and Mobile Computing Conference (IWCMC)*, pp. 991-996.
- HARNANINGRUM, L.N. *et al.* (2022), «Mobile Payment Transaction Model with Robust Security in the NFC-HCE Ecosystem with Secure Elements on Smartphones», en *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13 (8), pp. 160-168.
- MALARVIZHI, C.A., AL MAMUN, A., ABIR, T. (2022), «Predicting the Intention and Adoption of Near Field Communication Mobile Payment», en *Frontiers in Psychology*, 13, pp. 1-15.
- SROUJI, J., TORRE, D. (2022), «The Global Pandemic, Laboratory of the Cashless Economy?», en *International Journal of Financial Studies*, 10 (4), pp. 1-18.
- ZHANG, Q. *et al.* (2023), «Factors Determining Consumer Acceptance of NFC Mobile Payment: An Extended Mobile Technology Acceptance Model», en *Sustainability*, 15 (4), pp. 1-20.

LA REALIDAD DE LAS FAMILIAS NUMEROSAS DE MADRID Y SU IMPACTO EN EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Patricia DE JULIÁN LATORRE
Universidad Internacional de la Rioja

Andrea SÁNCHEZ SAN ROMÁN.
Colegio Arenales Carabanchel

Elsa GALIANO GARCÍA.
Colegio Arenales Carabanchel

Rodrigo MENÉNDEZ DE LA IGLESIA.
Colegio Arenales Carabanchel

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad uno de los temas centrales de la agenda política, mediática y económica no solo en España, sino a nivel global, son los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En paralelo, se impone una realidad: la pirámide de población se está invirtiendo debido al acuciado descenso de la natalidad¹. En el caso de España, este fenómeno supone, a medio plazo y según los expertos, un problema social y económico. Fruto de estas dos realidades surge la pregunta: ¿Cuál es la institución o elemento que podría contribuir a mejorar la sostenibilidad en un mundo afectado por la escasez de nacimientos? La respuesta se encuentra en las familias numerosas, las cuales no solo aportan un elemento humano

¹ INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2023).

esencial, sino que también desempeñan un papel fundamental en la mejora económica y social.

Por ello, esta investigación se centra en el análisis de las familias numerosas de Madrid, considerándose elementos fundamentales para el desarrollo económico de la ciudad. El término «familia numerosa» abarca diversas situaciones y realidades, lo que complica su estudio. Aunque el número de hijos es el criterio principal que determina si una familia es numerosa o no lo es, la última reforma legal ha introducido otros aspectos que también deben ser tenidos en cuenta.

La justificación de este estudio radica, por un lado, en que apenas existe investigaciones científicas sobre la contribución de estas familias a la sociedad en general y a la sociedad madrileña. Por otro lado, desde hace muchos años, las propias familias numerosas han denunciado las escasas ayudas que reciben por parte del Estado, a pesar de que se han convertido en un elemento clave para contrarrestar la tendencia decreciente de la natalidad y colaborar al desarrollo sostenible.

Se pretende, por ello, que los resultados obtenidos puedan contribuir a generar conciencia en la sociedad madrileña sobre la situación actual de las familias numerosas, las condiciones en las que viven y, sobre todo, de lo que suponen para esta región y el aporte económico y social que realizan en distintos niveles.

1.1. Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación

El objeto de estudio de esta investigación son las familias numerosas de la Comunidad de Madrid.

El objetivo general que se pretende alcanzar es determinar el aporte de las familias numerosas al desarrollo sostenible de la Comunidad de Madrid.

Los objetivos específicos son los siguientes:

- O1- Estudiar la situación económica y social de las familias numerosas y las ayudas que reciben por parte de las instituciones públicas.
- O2- Analizar la evolución de las familias numerosas en Madrid.
- O3- Determinar qué beneficios aportan las familias numerosas a la economía, a la sociedad y al medioambiente de la Comunidad de Madrid.

Para ello se parte de las siguientes hipótesis:

- H1- Las familias numerosas de Madrid reciben cada vez menos ayudas económicas y consideración social por parte de las instituciones públicas.
- H2- Cada vez hay menos familias numerosas en Madrid capital.

H3- Las familias numerosas realizan un aporte económico y humano muy grande a la sociedad de Madrid, a la vez que contribuyen, con su forma de organización, al cuidado del medioambiente.

Las preguntas de investigación que se plantean son las siguientes:

- P1-¿Cómo se organizan las familias numerosas?
- P2- ¿Qué ayudas económicas reciben en Madrid las familias numerosas?
- P3- ¿Cuántas hay en Madrid y cuántos hijos tienen de media?
- P4- ¿Cuál ha sido su evolución en Madrid?
- P5- ¿Qué aportan las familias numerosas a la economía y a la sociedad?

1.2. Estructura de la investigación

En primer lugar, se realiza una introducción para situar el problema y justificar su relevancia y el aporte que los datos obtenidos pueden suponer. Además, incluye los objetivos, hipótesis y preguntas de investigación de las que se parten. En segundo lugar, se describe el objeto de estudio a través del marco teórico, y de distintos autores, publicaciones etc. Después se explica la metodología seguida y se exponen los resultados más relevantes junto a una breve discusión. Por último, se cierra con las conclusiones del trabajo.

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Las familias numerosas desde el punto de vista político y legal.

La Ley 40/2003, de 18 de noviembre, de Protección a las Familias Numerosas, en España considera familia numerosa a aquella que está integrada por uno o dos ascendientes y tres o más hijos, sean o no comunes. También la familia formada por uno o dos progenitores con dos hijos, sean o no comunes, siempre que al menos uno de los hijos tenga una discapacidad superior al 33 por 100. Existen, además, otras casuísticas menos comunes en las que la ley reconoce también a una familia como numerosa. Además, hay dos categorías: Familia Numerosa General (de hasta cuatro hijos con alguna excepción) y Familia Numerosa de Categoría Especial (con cinco o más hijos).

El 30 de junio del año 2023 entró en vigor, junto a la Ley 40/2003, una nueva llamada «Ley de Familias 2023» en donde se estableció una sustitución del antiguo término de este tipo de familias, pasando del concepto de «familias numerosas» a «familias con mayores necesidades de apoyo a la crianza». Esta nueva terminología es empleada para describir a aquellos casos que presentan las siguientes características: antiguas familias numerosas; familias monoparentales con dos hijos a

su cargo; cuando uno de los progenitores es víctima de violencia de género con dos hijos a su cargo; cuando uno de los progenitores, con dos hijos a su cargo, haya ingresado en prisión o esté en tratamiento hospitalario mínimo 1 año; familias con dos hijos en las que un ascendiente (progenitor) o descendiente (hijo) tenga discapacidad.

La Comunidad de Madrid, por su parte, está elaborando una ley para reconocer el papel de la familia, ya que esta es el sustento y la base de la sociedad. Incorpora a las familias monoparentales, a las numerosas, a los concebidos no nacidos y se le da también un papel relevante a los abuelos.

2.2. Evolución de las familias numerosas en España y en Madrid

En España, hay 795 923 hogares que cuentan con un título de familia numerosa en vigor en 2023 según datos del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030², 138 085 de ellos son de la Comunidad de Madrid. Son 63 000 títulos más que en el año 2019. La subida se debe al cambio de legislación explicado con anterioridad. La tasa de fecundidad en España es de 1,23 hijos por mujer³. Alejandro Macarrón⁴, en su libro «el suicidio demográfico de España», asegura que «cada nueva generación de españoles es un 30 por 100-40 por 100 menos numerosa que la anterior y, por primera vez, España tiene más presente y pasado, que futuro».

Sin embargo, en el seno de las familias numerosas, se ha visto un ligero repunte en los últimos años, pasando de tener una media de 3,4 hijos por familia numerosa en 2021⁵, a 3,8 hijos en 2023⁶. Es decir, disminuye la natalidad en general, pero las familias numerosas tienen más hijos.

Los valores de la sociedad española han cambiado. Según datos de la OCDE⁷, la prioridad de muchos jóvenes no es formar una familia, sino «completar su educación, establecerse en el mercado laboral y ahorrar para comprar una vivienda». Esto hace que se aplaze la maternidad. En España, «la edad media de las mujeres en su primer parto es de 30,9 años»⁸.

² Ministerio De Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 (2022).

³ Instituto Nacional De Estadística (2023).

⁴ Alejandro MACARRÓN LARUMBE (2011).

⁵ Federación Española de Familias Numerosas (2022).

⁶ Federación Española de Familias Numerosas (2023).

⁷ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2022).

⁸ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2022), P.14.

Pero, uno de los motivos principales que favorecen la bajada de natalidad, es la subida de los precios y la crisis económica. «Uno de cada tres miembros de familias numerosas vive en situación de pobreza relativa en España»⁹. Los ingresos familiares mensuales de las familias numerosas españolas son, de media, 3 931 euros¹⁰ y «la gran mayoría tiene dificultades económicas para llegar a fin de mes» por lo que muchas de ellas optan por el pluriempleo en detrimento de la conciliación laboral y familiar¹¹.

2.3. La sostenibilidad y las familias numerosas

Los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante ODS), que forman parte de la Agenda 2030, son un llamamiento universal para poner fin a diversos problemas que afectan a las distintas sociedades y al planeta en general¹².

Si relacionamos estos ODS con las familias numerosas, se observa cómo la crisis económica, la subida de los precios, y la escasez de ayudas a este colectivo, hacen que, las familias numerosas, siempre estén pendientes de reducir el consumo (de luz, agua, comprar solo lo imprescindible), reutilizar todo lo que puedan (los hijos pequeños heredan lo de sus hermanos mayores o incluso se intercambian ropa y otros enseres con otras familias). Es decir, son una fuente de sostenibilidad, reciclaje y aprovechamiento de recursos.

2.4. Limitaciones de la realidad analizada

Los numerosos estudios encontrados sobre las familias numerosas, parten de una limitación importante marcada por el reciente cambio de legislación. Con la nueva ley, familias que antes no lo eran pasan a ser numerosas, y el criterio del número de hijos pasa a ser secundario. Esto hace que la comparación de datos y de estudios, no pueda ser totalmente objetiva puesto que estamos confrontando realidades distintas.

Sin embargo, esto tiene una ventaja y es que, esta es una de las primeras investigaciones que se realizan después del cambio de ley, por lo que los datos obtenidos son de gran utilidad y constituyen un punto de partida para futuras líneas de análisis en este campo.

⁹ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2022), P.29.

¹⁰ Federación Española de Familias Numerosas (2023).

¹¹ Federación Española de Familias Numerosas (2023), p. 29.

¹² Organización De Naciones Unidas (2024).

3. METODOLOGÍA

3.1. Investigación cuantitativa

La metodología que se ha seguido es deductiva, se parte de ideas generales, para llegar a la situación concreta de las familias numerosas en Madrid¹³. Además, se ha utilizado la triangulación metodológica, al mezclar técnicas, para conseguir acercarnos de una manera más completa a la realidad estudiada y eliminar sesgos¹⁴.

Para el trabajo de campo aplicando dos técnicas: la entrevista (cualitativa) y la encuesta (cuantitativa). La entrevista es la «técnica de interacción cara a cara, inmediata, que pretende conocer en forma exhaustiva un tema en particular»¹⁵. La encuesta «pretende obtener información que suministra muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular»¹⁶. Siguiendo las recomendaciones de Townsend¹⁷ se ha descompuesto el objeto de estudio en variables y, posteriormente, se han estableciendo indicadores para cada una de ellas (tabla 1).

TABLA 1. VARIABLES
E INDICADORES MEDIDOS

VARIABLE	INDICADOR
Aporte de las familias numerosas de Madrid	Económico
	Medioambiental
	Social
Situación de las familias numerosas de Madrid	Económica
	Ayudas recibidas
	Configuración, número de miembros y situación social
Evolución de las familias numerosas de Madrid	Legislación
	Número de familias
	Distintas propuestas a favor de las familias numerosas

Fuente: elaboración propia.

¹³ María Rosa BERGANZA CONDE y José Antonio RUIZ (2005).

¹⁴ Beatriz CARVAJAL *et al.* (2023).

¹⁵ Jennifer CONEJERO (2020), p.244.

¹⁶ Fidias ARIAS (2012), p.72.

¹⁷ José TOWNSEND (2021).

3.2. Selección de la muestra

El universo o población de este estudio son todas las 138 085 familias numerosas de la Comunidad de Madrid.

En el caso de la entrevista, se ha querido recabar el punto de vista de los protagonistas de esta investigación, las familias numerosas y se ha buscado la opinión institucional.

En el caso de la encuesta, se ha utilizado un muestreo mixto: probabilístico aleatorio simple (la encuesta se envió a todas las familias numerosas que pertenecen a la asociación de Familias Numerosas de Madrid) y no probabilístico por conveniencia y por bola de nieve (también se envió a una muestra elegida por conveniencia que, a su vez, la distribuyó a otros elementos de la población que cumplían las características de ser familia numerosa y vivir en Madrid, y estos a otros, etc.). Según Otzen y Manterola¹⁸, el muestreo aleatorio simple, «garantiza que todos los individuos que componen la población tienen la misma oportunidad de ser incluidos en la muestra»; El no probabilístico por conveniencia, está condicionado a la «accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador» y, en el de bola de nieve, «el proceso inicia con un participante que puede llevar a otros»¹⁹ y estos a otros, y así sucesivamente.

3.3. Entrevistas

Se han realizado dos entrevistas. La primera fue a María Menéndez, presidenta de la Asociación de Familias Numerosas de Madrid. Para ello se elaboró un guion con las distintas preguntas que se le iban a formular. Se realizó en el mes de octubre 2023. La segunda fue con Cristina Regodón Fuertes, responsable del Área de Familias de la Dirección General de Infancia, Familia y Fomento de la Natalidad de la Comunidad de Madrid. También se elaboró un guion para poder llevarla a cabo. Se realizó durante el mes de febrero de 2024. De esta manera se consigue la visión de los protagonistas, las familias numerosas, y de las instituciones encargadas de regular su situación.

3.4. Encuesta

El instrumento metodológico utilizado para la realización de la encuesta ha sido el cuestionario. En primer lugar, se diseñaron las preguntas y se enviaron a algunas familias de muestra para hacer un *pretest* y comprobar que la redacción y el sentido eran entendidos por todos. Tras realizar alguna modificación, se envió un cuestionario de Google

¹⁸ Tamara OTZEN y Carlos MANTEROLA (2017), pp. 228-230.

¹⁹ Giovane MENDIETA IZQUIERDO (2015), p.130.

Forms a través de mail, redes sociales, Whatsapp y correo electrónico. También se mandó la encuesta en una de las Newsletter que la Asociación de Familias Numerosas de Madrid envía semanalmente a sus miembros. En el texto que acompañaba a la encuesta se especifica que solo podía ser contestada por aquellas personas que fueran miembros de una familia numerosa residente en Madrid.

La encuesta ha sido respondida por 287 familias numerosas de la Comunidad de Madrid. Teniendo en cuenta que la población es de 138 085 familias, se ha utilizado una calculadora de muestra online²⁰. Para un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 5%, el tamaño ideal de muestra es de 271 respuestas. Se han obtenido más de las indicadas, por tanto, se considera una muestra suficientemente representativa, que marca una clara tendencia y cuyos resultados son extrapolables a toda la población del estudio.

3.5. Técnicas de análisis de datos

En el caso de las entrevistas, ambas fueron transcritas en un procesador de texto y analizadas de forma manual. Se agruparon las respuestas por variables y se extrajeron los datos más relevantes para su posterior análisis.

Los datos obtenidos por la encuesta se volcaron en un documento de Microsoft Excel y se analizaron utilizando gráficas y tablas de datos. Además, se hicieron cruces de preguntas para obtener información más enriquecida.

4. RESULTADOS

A continuación, se van a exponer los principales resultados obtenidos en cada una de las técnicas de investigación.

4.1. Resultados de las entrevistas

La tabla 2, recoge las principales aportaciones de la entrevista realizada a la presidenta de la Federación de Familias Numerosas de Madrid.

²⁰ www.surveymonkey.com (consultado el 4 de enero de 2024).

TABLA 2. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA 1

VARIABLE	INDICADOR	RESULTADOS
Aporte de las familias numerosas de Madrid	Económico	Una vez que los hijos de familias numerosas entran en el mundo laboral, hay mayor número de personas cotizando en esa familia, es decir, garantizando pensiones futuras a la comunidad.
	Medioambiental	Tal y como afirma María Menéndez: «Somos los más ecológicos». Ejemplificando, siempre llenan la lavadora y heredan ropa de familiares/amigos.
	Social	Con las familias numerosas «se va garantizando el relevo generacional y el futuro de la sociedad».
Situación de las familias numerosas de Madrid	Económica	Actualmente existe una situación poco favorable ya que «una de cada cuatro no llegaba a fin de mes». Además, respecto al cuidado de los niños los padres tienen que prescindir de su profesión para cuidar a estos.
	Ayudas recibidas	– Este colectivo no recibe ayudas laborales. – Descuento en la factura del agua. – Las familias en posesión del bono social tienen descuento en las facturas de la luz. – El coste de la matriculación del vehículo disminuye el 50 por 100. – El bono de transporte tiene un 50 por 100 de descuento en categoría especial y un 20 por 100 en general. – En el ámbito de actividades de ocio, hay un descuento del 50 por 100 en algunos sectores o gratuidad en museos. – Bonificación sobre el impuesto del IBI. – Becas en la educación universitaria cuyo porcentaje varía dependiendo de la categoría. – Acceso a contribución financiera en el sector inmobiliario.
	Configuración, situación social y número de miembros	La situación natal es que «ahora mismo cada mujer en edad fértil tiene 1,12 hijos» (menos de la media estipulada, siendo 2,1). El 90 por 100 consta de familias con tres hijos y las de cuatro hijos y tres con uno que presente discapacidad, se igualan.

VARIABLE	INDICADOR	RESULTADOS
Evolución de las familias numerosas de Madrid	Legislación	A medida que han pasado los años se ha visto una transición de lo que se considera familia numerosa. Anteriormente, entraban en este colectivo a partir de los cuatro hijos y actualmente se considera a las monoparentales con dos hijos y al que tiene discapacidad se le cuenta como doble.
	Número de familias	«La pirámide se ha invertido totalmente» y cada vez hay menos familias numerosas.
	Distintas propuestas a favor de las familias numerosas	– Descuento del 50 por 100 en transporte (categoría general), gratis (categoría especial). – Becas de comedor escolar, aplicando un 30 por 100 de descuento en el precio. – Se sugiere un descuento del 100 por 100 en impuestos a nivel autonómico.

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 3, recoge los resultados obtenidos en la entrevista a la responsable del Área de Familias de la Dirección General de Infancia, Familia y Fomento de la Natalidad de la Comunidad de Madrid.

4.2. Resultados de la encuesta

A continuación, se explica de forma resumida los principales datos aportados por las 287 familias que respondieron al cuestionario.

El 61,67 por 100 de los encuestados tienen tres hijos; un 14,98 por 100, cuatro hijos y el 2,09 por 100, nueve o más hijos. Preguntados por la edad del progenitor más joven, se observa que un 31,93 por 100 se encuentra en la franja de treinta a cuarenta años. Es decir, con esa edad, ya son familia numerosa, lo que indica que fueron padres jóvenes. El resto de franjas tienen la misma representatividad (figura 1).

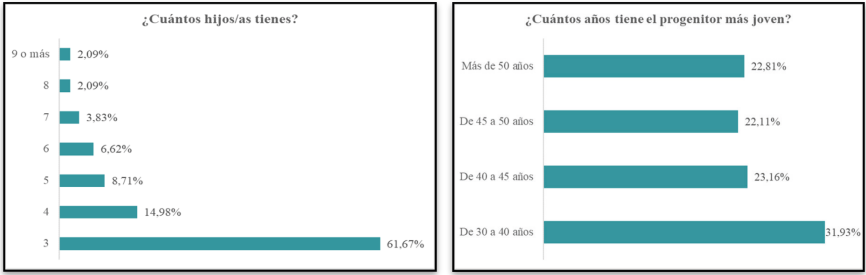
TABLA 3. RESULTADOS DE LA ENTREVISTA 2

VARIABLE	INDICADOR	RESULTADOS
Aporte de las familias numerosas de Madrid	Económico	Aunque este tipo de familias aportan mucho y son imprescindibles para la economía, el resto de familias son igual de importantes, como las monoparentales
	Medioambiental	No medido con esta técnica
	Social	Las familias numerosas, a nivel social, aportan una mayor cantidad de personas a comparación de las familias no numerosas

VARIABLE	INDICADOR	RESULTADOS
Situación de las familias numerosas de Madrid	Económica	Aunque la situación de estas familias no es tan favorable, el resto de tipos de familias también están en una posición desfavorecida
	Ayudas recibidas	– Subvención para familias vulnerables. – Ayuda económica de pago único de 500 euros mensuales para madres por debajo de los 30 años (se puso en marcha en 2022). – Ayuda por parto múltiple (empezó el 1 de enero de 2024) de 1800 euros por hijo en un único pago. – Centros maternos. – Estrategia maternidad y paternidad involucrada en el tema de familias numerosas. – Facilidad al acceso a la vivienda.
	Configuración y número de miembros	Aunque la configuración básica es de dos progenitores y tres descendientes, cada vez se dan menos casos de estas. Lo común hoy en día son familias reconstituidas por la separación de los progenitores y la mezcla de hijos con nuevas familias. Además, existen dos tipos de familias numerosas: general (tres-cuatro hijos) y especial (+ cinco hijos). Otra característica de los integrantes es que con que uno de los progenitores tenga una discapacidad de más del 65 por 100 para mantener el título
Evolución de las familias numerosas de Madrid	Legislación	En la ley de 40/2003, al ser estatal, no puede involucrarse esta administración. A partir de esta, han surgido unos cambios: – Se permite custodias compartidas, cosa que no hacía la ley 40/2003. – El título caduca a los veintiún años del menor, ampliable hasta los veintiséis si sigue estudiando (sin necesidad de justificación ya que se presupone). Antes, la ley permitía derecho a título hasta los veintiún años del hijo mayor. – La antigua ley exigía un vínculo conyugal, pero ahora no es necesario
	Número de familias	En los últimos años, la perspectiva social y su modelo ha ido cambiando. Esto lo vemos cuando nos damos cuenta de que ya no se tienen hijos con una sola pareja.
	Distintas propuestas a favor de las familias numerosas	No medido con esta técnica

Fuente: Elaboración propia.

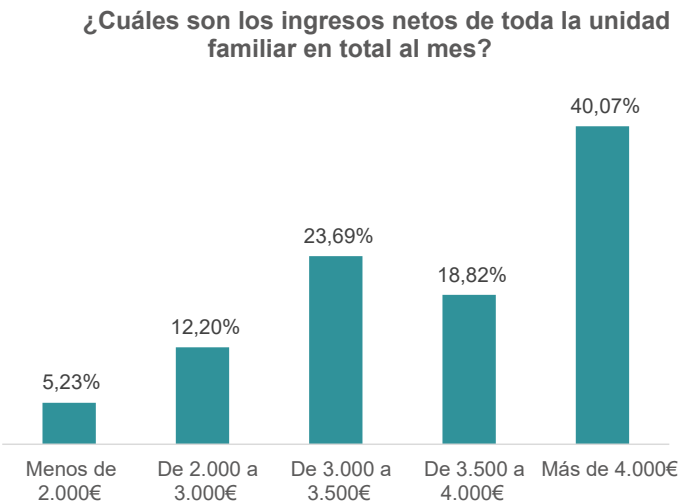
FIGURA 1. NÚMERO DE HIJOS Y EDAD DEL PROGENITOR MÁS JOVEN DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Elaboración propia.

Si se analizan los ingresos mensuales de las familias numerosas, el 40,07 por 100 tienen unos ingresos netos de más de 4 000 euros. En la franja de 3 500 a 4 000 euros hay un 18,82 por 100 y, cerca de la mitad de los encuestados, un 41,12 por 100 está por debajo de 3 500 euros (figura 2). Ante las ayudas económicas que reciben del Estado las familias numerosas, un 88 por 100 consideran que no son suficientes y un 12 por 100 que sí lo son.

FIGURA 2. INGRESOS DE LA UNIDAD FAMILIA



Fuente: Elaboración propia.

El 76 por 100 de las familias numerosas realizan las compras necesarias sin permitirse caprichos de forma frecuente. Sobre cómo suelen desplazarse normalmente, el 88,85 por 100 asegura utilizar el coche o furgoneta. En el caso de sus hijos eligen por igual el coche y el transporte público.

El 95 por 100 de los encuestados creen que colaboran con el desarrollo económico de nuestro país y el 99 por 100 consideran que no malgastan alimentos. A la pregunta de si utilizan ropa cedida el 98 por 100 afirma que sí. El 92 por 100 de los encuestados aseguran que reciclan en sus hogares, mientras que solo el 8 por 100 no lo hacen. Respecto al peso que le dan en la educación de los hijos al uso responsable de la luz y del agua, un 54,7 por 100 piensa que es una formación esencial, pero un 44,6 por 100 da más importancia a otros valores.

El 44,41 por 100 han realizado voluntariado en familia, un 32,87 por 100 lo han valorado, aunque no lo han llevado a cabo, y un 22,73 por 100 no lo han hecho nunca. El 75,96 por 100 realizan donaciones e involucran a sus hijos y un 21,95 por 100 lo hace sin involucrar a sus hijos.

5. DISCUSIÓN

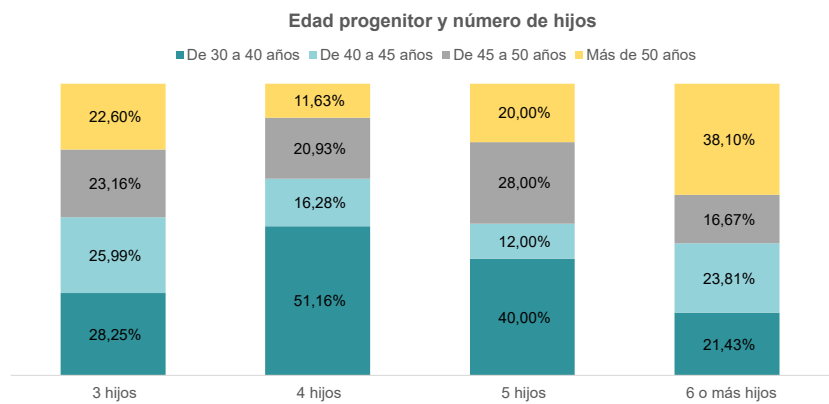
Tras analizar los datos pueden observarse algunos detalles interesantes. En primer lugar, cómo el no desperdiciar comida, reutilizar ropa y reciclar, no depende del nivel de renta de las familias porque casi la totalidad de ellas lo realizan. Puede deducirse que lo hacen por convicción, porque presentan y viven esos valores y no por necesidad económica o falta de recursos.

Es importante también recalcar, cómo las familias numerosas en un alto porcentaje, han tenido a sus hijos a una edad joven para la media de España y son padres nacidos en esta generación. Una generación que, según distintos estudios sociológicos, no tiene entre sus prioridades tener hijos o formar una familia. Además, los progenitores mayores de 50 años tienen más hijos (figura 3).

En relación a los ingresos por número de descendientes, resulta llamativo que, las familias que cobran menos de 2000 euros (una de cada cuatro familias), tienen cinco hijos. En la mayoría de las franjas de ingresos la cifra de hijos que predomina es de tres (figura 4).

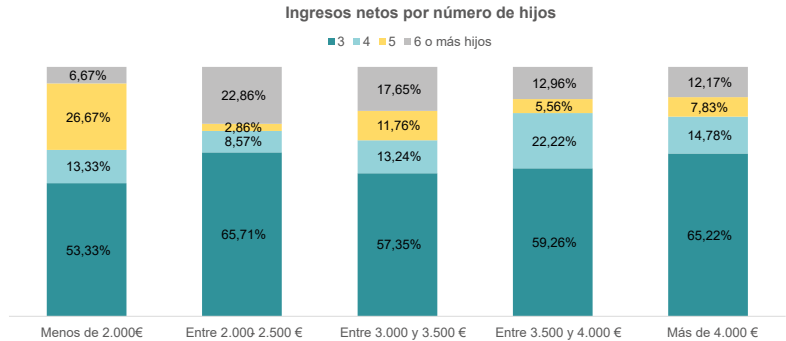
Se puede comprobar también, que hay coherencia entre todos los datos recopilados con las distintas técnicas de investigación.

FIGURA 3. RELACIÓN ENTRE EL NÚMERO DE HIJOS Y LA EDAD DEL PROGENITOR



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4. RELACIÓN ENTRE LOS INGRESOS NETOS Y EL NÚMERO DE HIJOS



Fuente: Elaboración propia.

6. CONCLUSIONES

Todos los objetivos propuestos se han alcanzado. La hipótesis uno se considera parcialmente verificada, y la dos, no verificada puesto que, tras el cambio de ley, hay otras tipologías de familia que se consideran numerosas (por criterios distintos al número de hijos) y, por ello, ha aumentado su cantidad. La hipótesis tres se ha verificado.

A continuación, se detallan las conclusiones obtenidas del conjunto de la investigación:

1) La tasa de natalidad ha descendido drásticamente en los últimos años, sin embargo, el número medio de hijos por familia numerosa ha aumentado. Esto lleva a la conclusión de que las familias numerosas están aportando capital humano y soluciones ante el problema de relevo generacional que tiene la sociedad española y madrileña.

2) La mayoría de las familias numerosas tienen dificultades para llegar a fin de mes y no reciben las ayudas adecuadas a su situación.

3) El modelo de familia ha cambiado en los últimos años y, más concretamente, el de familia numerosa tras la última Ley de Familias aprobada por el gobierno en junio de 2023. El principal criterio para pertenecer a este colectivo ya no es el número de hijos.

4) Existen comunidades autónomas, como la de Madrid, que han hecho o están elaborando distintas propuestas legislativas para proteger a las familias numerosas y mejorar sus condiciones.

5) Las familias numerosas sí proporcionan un aporte medioambiental y económico a la Comunidad de Madrid, todos los objetos que usan (tanto ropa como material) nunca son tirados por capricho. Hacen un uso más responsable de los suministros básicos en el hogar.

6) El Turismo en Familias Numerosas es una actividad realizada de media tres veces al año y suele ser de ámbito nacional, gastando por día de media 44 euros. Favorecen al desarrollo económico del país debido a la cantidad de personas que viajan.

7) El mayor aporte de este colectivo aborda el tema económico. Esto se ve con el número de personas que aportan a cada familia, las cuales, al llegar a la edad necesaria, cotizan y generan ingresos y beneficios tanto al país como a su familia.

8) La pirámide de población española cuenta con la característica de ser regresiva desde el momento de la crisis del petróleo en el 1973. Esto se debe al descenso tanto de natalidad como de mortalidad, aunque la esperanza de vida ha aumentado. Esto resulta en que, aunque las familias numerosas aportan una gran cantidad de población, la cantidad de población joven disminuya.

Se puede concluir, por tanto, que, frente a los graves problemas que afronta la sociedad española madrileña, caracterizados por la disminución de la natalidad y la carencia de un relevo generacional, con consecuencias significativas para las pensiones y el mercado laboral, las familias numerosas se presentan como una parte de la solución. La implementación de políticas de respaldo y asistencia a estas familias podría revertir la situación actual, alentando a otras familias a abogar por la natalidad.

Por otro lado, si observamos los retos que se proponen entorno a los objetivos de Desarrollo Sostenible, también las familias numerosas son uno de los colectivos que más está ayudando a su cumplimiento y

educando a que las futuras generaciones tengan valores sostenibles, de solidaridad, de ayuda y cuidado a los más necesitados y al medioambiente, y los apliquen en todas las decisiones que tomen a lo largo de su vida.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- ARIAS, Fidias, (2012), *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*, Caracas, Editorial Episteme.
- CARVAJAL, Beatriz, GONZÁLEZ, Freddy y MORALES, Luis, (2023), «Triangulación de métodos en ciencias sociales como fundamento en la investigación universitaria en Latinoamérica», *Mayéutica Revista Científica de Humanidades y Artes*, 11, 2, pp. 43-58. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8140907>.
- CONEJERO, Jennifer (2020), «Una aproximación a la investigación cualitativa», *Neumología Pediátrica*, 15, 1, pp. 242-244, <https://doi.org/10.51451/np.v15i1.57>.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FAMILIAS NUMEROSAS (2022), *Encuesta sobre la situación de las familias numerosas en España*, <https://bitly.ws/3criu>.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE FAMILIAS NUMEROSAS, 10 de octubre de 2023, *Encuesta sobre la situación de las familias numerosas en España*, <https://bitly.ws/3criu>.
- BERGANZA, María Rosa y RUIZ José Antonio, (2005), *Investigar en Comunicación*, Madrid, Mc Graw Hill.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, (2023), *Movimiento Natural de la Población, Indicadores Demográficos Básicos*, <https://acortar.link/bE6uap>.
- Ley 40 de 2003 de protección a las Familias Numerosas. 18 de septiembre de 2006. D.O. Núm. 277.
- MACARRÓN LARUMBE, Alejandro, (2011), *El suicidio demográfico de España*, Madrid, Homo Legens.
- MENDIETA IZQUIERDO, Giovane, (2015), «Informantes y muestreo en investigación cualitativa», *Investigaciones Andina*, 17, 30, pp. 1148-1150. <https://www.redalyc.org/pdf/2390/239035878001.pdf>.
- MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030, (2022), *Estadísticas de Títulos de Familias Numerosas*, <https://acortar.link/7sLDhF>.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO, (2022), *Evolving Family Models in Spain: A New National Framework for Improved Support and Protection for Families*. OECD Publishing, <https://acortar.link/wDF3QE>.
- OTZEN, Tamara y MANTEROLA, Carlos, (2017), «Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio». *International journal of morphology*, 35, 1, pp. 227-232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.
- ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS (2024), «¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible». <https://bit.ly/3OVbGDF>.
- Real Decreto-ley 5/2023, de ejecución y cumplimiento del Derecho de la Unión Europea, 29 de junio de 2023. D.O. Núm. 154. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2023-15135>.
- TOWNSEND VALENCIA, José. (2021), «De lo abstracto a lo concreto en la construcción de una matriz de operacionalización», *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 586-595. <http://ref.scielo.org/rtmwwc>.

EL ARTE LUMÍNICO ATMOSFÉRICO: DE LA INSTALACIÓN A LA REALIDAD EXTENDIDA¹

Lidón RAMOS-FABRA
Universidad Francisco de Vitoria

Carlos PESQUEIRA-CALVO
Universidad Francisco de Vitoria

1. INTRODUCCIÓN.

La presente investigación explora las posibilidades que la realidad extendida ofrece al arte contemporáneo y más concretamente a las instalaciones artísticas. Más allá de plantear la Realidad Extendida (RE de aquí en adelante) como una herramienta, se analizará la realidad extendida como una estrategia creativa que permita a los artistas explorar la percepción del espectador y crear conexiones emocionales intensas hasta ahora de difícil acceso mediante las fórmulas tradicionales.

La complejidad de los métodos utilizados para alcanzar una realidad extendida funcional, creíble y accesible se analizarán mediante la transformación de una instalación artística, del prestigioso creador Javier Riera, en una obra de realidad extendida. Esto nos permitirá un análisis en profundidad de los procesos, factores y estrategias a tener en cuenta como primer paso a la creación de una obra originalmente creada como realidad extendida.

¹ El presente texto nace en el marco del proyecto Virtual Maze, financiado por el Vicerrectorado de investigación y Posgrado dentro del programa de fomento y desarrollo de la Investigación. Universidad Francisco de Vitoria.

Javier Riera trabaja de manera habitual con intervenciones en espacios públicos con Proyecciones Geométricas de Luz o lo que también es conocido como Arte Lumínico de Carácter Atmosférico. Desde aquí analizaremos que obras son más apropiadas para llevarlas a la realidad extendida. ¿Es posible realizar una obra en RE, trascendente y sustitutiva de las obras que ha realizado hasta el momento? ¿La utilización directa de esta tecnología resignificaría la obra de Riera? ¿Cambiaría el lenguaje? ¿La experiencia?

2. METODOLOGÍA

Se lleva a cabo el estudio del caso de Javier Riera con el fin de analizar su obra y las posibilidades que la Realidad Extendida puede ofrecerle a un artista que trabaja dentro del ámbito de *atmospheric light art* y revisando referentes e influencias previos mediante los que poder guiarnos.

2.1. *Light art*

No se puede hablar del *light art* o del *atmospheric light art* sin introducir a dos artistas clave como son James Turrell y Olafur Eliasson. Ambos han trabajado de manera constante en este tipo de obra, pero es Turrell el que posee una trayectoria más larga y constante en las instalaciones artísticas de luz.

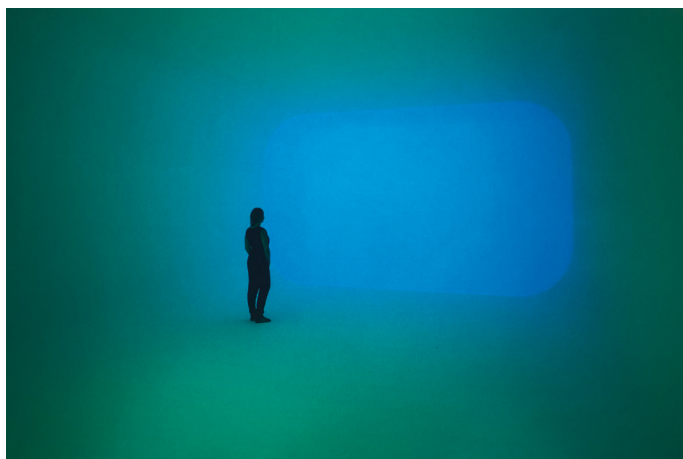
Como dice Agudo-Martínez (2022), James Turrell es, quizás, el artista más representativo del *light art* ya que tiene de una gran trayectoria trabajando con obras que utilizan luz tanto natural como artificial. Generando efectos visuales y atmosféricos mediante juegos lumínicos. Generando espacios sensoriales que impactan al espectador.

Estas experiencias perceptuales se deben en gran medida gracias a lo que se ha llamado el efecto *Ganzfeld*. Fue en la exposición «Perfectly Clear» (Mass MoCA, 1991) donde el artista comenzó a trabajar en este efecto que produce la pérdida visual de la sensación de profundidad.

En el año 1968 Turrell participó en el Programa de Arte y tecnología de Los Ángeles, junto al científico Edward Wortz, quien había trabajado en las alteraciones sensoriales de los astronautas durante los viajes espaciales. El efecto Granzfeld, controlado por un programa de ordenador, ocasiona la desorientación espacial y dejan de percibirse superficies y profundidad.²

² M.J. AGUDO-MARTÍNEZ (2022), p. 213.

FOTOGRAFÍA 1. APAÑO, DE LA SERIE GANZFELD, JAMES TURRELL (2011)



Fuente: James Turrell.
Fotografía de Florián Holzherr

Resulta especialmente interesante el efecto *Ganzfeld*, este llevado a la Realidad Extendida puede provocar una integración inmediata del espectador en el espacio, generando una sensación de aislamiento voluntario total y produciendo la multiplicación de su atención sobre la obra artística.

Aunque el efecto está inicialmente pensado para las instalaciones artísticas presenciales dentro de un entorno museístico, es muy posible utilizarlo para la representación de otro tipo de obras, que también indagan en la luz y en su capacidad de evocar mediante lo intangible.

La belleza asociada a las obras de Luz atmosféricas suele estar asociada al efecto permanente que genera sobre el espectador. Como ejemplo destacable tenemos la instalación de Olafur Eliasson en la que modificaba densamente el ambiente mediante un trabajo de espejos, luz y el espacio en *The Weather Project* en la Turbine Hall de la Tate Modern de Londres en 2003. La ambientación que generaba la bruma y una ligera niebla combinada con el efecto que producía en enorme sol condicionó la participación de los sujetos-espectadores hasta tal punto que pasaron horas disfrutando de la instalación, algo que no es habitual en un museo de arte contemporáneo.

Agudo-Martínez (2022) define así el *light art*:

El *light art* fue un movimiento artístico que, sin lugar a duda, ha tendido numerosos puentes a la arquitectura contemporánea, tanto desde

el punto de vista de la creación de ambientes, como por la importancia de los múltiples significados asociados a la luz. Por ellos los puntos fundamentales del *light art* son los siguientes:

- Las claves principales del *light art* son tanto la inmaterialidad de las obras, como la estrecha relación entre la luz y el espacio.

- Las influencias se evidencian sobre todo en el *net art* y en la arquitectura lumínica contemporánea.

- En relación con la arquitectura, la transcendencia de la obra de James Turrell y Olafur Eliasson es mas notoria que la de otros artistas, debido a un mayor protagonismo del espacio.

- A lo largo del siglo xx se produce una progresiva disolución de fronteras entre el arte y la tecnología, especialmente a partir de los 60s, y que se acentúa además en nuestros días.

- El carácter experimental es un requisito necesario a la hora de plantear investigaciones futuras en el trabajo con luz.

- La colaboración interdisciplinar es igualmente una de las condiciones imprescindibles para la producción de propuestas que utilizan luz, tanto natural como artificial³.

Es aquí como Javier Riera aparece como heredero de este tipo de obras transformando y conjugando el *light art* y el *atmospheric light art* con proyecciones geométricas. Su exitoso trabajo en ambientes naturales se combina con las proyecciones que realiza sobre monumentos, invitando al espectador a reflexionar sobre el objeto que observa como un ente nuevo y resignificado a través de la luz. Pero son dos de sus obras las que nos llaman la atención. Una por su complejidad para tratar de trasladarla a la Realidad Extendida y otra por su «aparente» sencillez.

La elección de un parque de estas características es una posible solución a la problemática que tienen los artistas para mostrar al público su producción fundamentada en la naturaleza. Brinda la oportunidad de la exploración de la localización, abre paso a la experiencia del acto tridimensional. Además de la posibilidad de elegir la ubicación de su cuerpo dentro de la localización, también entra en valor el tiempo de visualización, el movimiento de los elementos naturales junto. Con la percepción de todo el contexto lumínico y tridimensional, lo que cambia la concepción completa del trabajo⁴.

La primera es la que aparece en la fotografía 2, una obra creada para el Real Jardín Botánico de Madrid y en la que la complejidad subyace en el material sobre el que se proyecta (estamos hablando desde la complejidad que supondría llevar esta obra a la Realidad Extendida). Los árboles en movimiento que acompañan a la proyección y que de alguna manera mecen al espectador mientras intervienen elementos

³ M.J. AGUDO-MARTÍNEZ (2022), p. 222.

⁴ Imanol SÁNCHEZ (2023), p. 427.

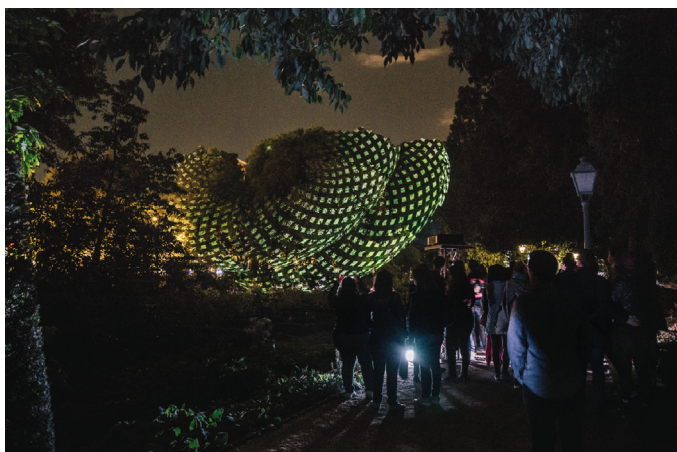
atmosféricos como la luz natural y el viento, están compuestos de miles de hojas que se balancean de manera independiente en direcciones diferentes.

Convirtiendo así las intervenciones a modo de evento, en el que intervienen factores aleatorios y en cierto modo fuera de control.

Su obra se compone de la proyección de figuras geométricas con diferentes texturas sobre elementos naturales e ilumina parcialmente la vegetación de la localización seleccionada. [...] la proyección sucede en un entorno físico, lo que supone un aspecto fundamental en la significación de sus imágenes⁵.

La experiencia que el artista-creador ofrece al sujeto-consumidor, es parcialmente controlada. Esto enlaza con la belleza del *land art* y su dejar hacer por parte de los elementos y la naturaleza, pero estamos acostumbrados a ver en «eventos» en los que se puede acceder a este tipo de instalaciones artísticas que la naturaleza de alguna manera retrocede ante la avalancha del espectador-sujeto que elimina el diálogo intimista planteado por el artista-creador.

FOTOGRAFÍA 2. GRÁFICOS PARAMÉTRICOS, REAL



JARDÍN BOTÁNICO. MADRID (2017)

Fuente: Javier Riera, www.javierriera.com.

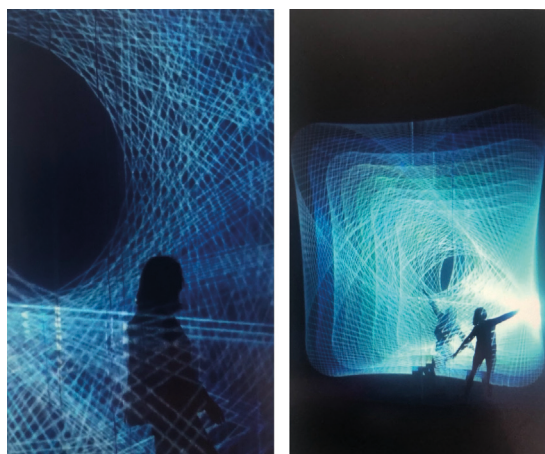
La voluntad de generar una experiencia con la naturaleza como centro a través de proyecciones geométricas como es el caso de Javier Riera, se ve empañada por la participación masiva del público en la

⁵ Imanol SÁNCHEZ (2023), p.427.

que la distancia respecto a la obra se convierte en una necesidad más que en una parte importante de la obra. Eliminando así la posibilidad de transgredir el espacio físico para integrarse con la obra.

Por otro lado si se consigue en otra de las obras que plantea Riera, por ejemplo en la obra realizada para la Semana Profesional del Arte de Oviedo en la Antigua Fábrica de Armas en 2023 donde la experiencia se trasladaba a un interior donde el espectador-sujeto podía interactuar con la obra como vemos en la fotografía 3 o en el Espacio Pignatelli, en Zaragoza en 2021.

FOTOGRAFÍA 3. OBRA SITE-SPECIFIC, ANTIGUA



FÁBRICA DE ARMAS, OVIEDO (2023)

Fuente: Javier Riera, cuenta oficial IG @javierriera_

Pero esta integración del espectador propuesta por el artista tiene sus limitaciones físicas. Ambas creaciones de luz atmosférica (*atmospheric light art*) comparten planteamiento, proyecciones de luz sobre tejido en un entorno controlado que genera una atmosfera particular donde el sujeto-espectador interactúa con la luz y el ambiente.

El público entra en una dinámica de interacción tanto física como psicológica a través de la vivencia dentro de la sala expositiva. Estas obras son aquellas que están exclusivamente destinadas a generar una reacción que cambie la percepción de la realidad, a consecuencia de la exposición a diferentes tipos de iluminación⁶.

⁶ Imanol SÁNCHEZ (2023), p. 427.

3. DISCUSIÓN

Como hemos comprobado, gran parte del interés de estas obras es la interactividad y la sensación envolvente que producen convirtiendo la experiencia artística en un diálogo dinámico entre la obra y el sujeto-espectador.

Las obras que se sitúan en entornos naturales, normalmente en espacios de acceso dificultoso, condicionan en gran medida las posibilidades de su visualización de manera presencial. A pesar de tener una intencionalidad primigenia en exponer su intervención a un público presencial, aquellos artistas que no tienen un estatus que les permita poder realizar una intervención permanente, mantenerla durante el tiempo y además habilitar medios para la visita, tienden a elegir entre dos opciones. La primera es realizar un evento con una duración definida, donde los elementos que fundamentan la instalación ya están presentes o se acciona algo con un tiempo concreto. [...] La segunda opción es directamente el abandono por mostrar la intervención de manera presencial⁷.

Por ello, tras el análisis de las distintas obras de Riera, se ha decidido trabajar a partir de una obra inicial creada para el interior. Resulta esencial que para obtener buenos resultados y generar pruebas constatables que las condiciones de la investigación sean semejante a las de un laboratorio, donde tanto el espacio como temperatura de la luz, color y demás elementos sean totalmente controlables. Aunque a priori pueda parecer que este tipo de limitaciones serían salvadas por la RE, permitiendo al artista producir una obra sin la necesidad de un espacio específico para mostrarla. La realidad es que siempre se va a tener que tener en cuenta el espacio donde se sitúe el sujeto-espectador. Sabemos que el entorno físico, aunque pueda ser variable debe ser controlable y por supuesto al tratarse de RE, el «interior» (donde se genera el mundo virtual) y el «exterior» (donde nos encontraremos como seres tangibles) deben estar íntimamente relacionados con el fin de que la funcionalidad sea completa.

Ahora bien, ¿qué entendemos por espacio específico? ¿Qué tipos de coste implica la producción para la instalación sobre un entorno natural? y ¿qué costes implica la producción de una obra en Realidad Extendida? Aquí es necesario hacer un balance, ya que uno de los aspectos que más coartan al artista es el gran coste que supone hacer una instalación artística lumínica en un espacio público de manera permanente o que se alargue mucho en el tiempo. Por ello se suele optar por ofrecer este tipo de obras a través de festivales, eventos específicos o periodos muy cortos de tiempo. Esto se debe como decíamos al alto coste que implica bloquear esos espacios, controlar al público asistente, contratar

⁷ Imanol SÁNCHEZ (2023), p. 427.

a técnicos y demás. Pero, ahora bien, si ese presupuesto se destina a la creación de una obra e RE, que inicialmente puede parecer mas costoso [por el equipo multidisciplinar necesario para su «construcción»] puede compensarse por la posibilidad de reiterar esta misma instalación en muchos lugares del mundo con una interacción mínima en el espacio exterior.

Otra de las cuestiones que se destacan en esta investigación es la necesidad de un equipo interdisciplinar para llevar a cabo una obra en RE de calidad. Hay que tener en cuenta que la Realidad Extendida difiere de la Realidad Virtual en que se precisa de un entorno específico y una equipación esencial para conseguir el efecto deseado. Por ello el artista debe valorar las opciones que se plantea y las ventajas que ofrece una sobre otra.

Por otro lado, así como la instalación artística en un entorno natural crea por si misma la necesidad un «genero fotográfico»⁸, la RE ofrece la posibilidad no solo de recopilar información a través de ese genero tan relacionado con el *land art*, sino que permite un nuevo tipo de recopilación documental en el que el propio artista puede decidir sin condicionantes, tales como la gravedad, que tipo de imagen quiere captar. Del mismo modo, el tiempo, la presencia o las condiciones atmosféricas no afectan a la hora de documentar el espacio y la obra ya que se pueden repetir indefinidamente según los parámetros exigidos. Cuando un humano interviene y lo que se precisa es la crabación de dicha interacción, es sencillo hacer una documentación compleja que de otro modo no sería posible. Añadiendo una dimensión a la Post-obra que ofrece un valor extra a la documentación o a este «género fotográfico».

4. CONCLUSIONES

La clave determinante de todo este proceso es la posibilidad de llevar a cabo la obra de Javier Riera como una instalación polisensorial en Realidad Extendida.

El proceso en el que el sujeto se involucra no solo es físico, sino también mental: estas intervenciones provocan una respuesta creativa, con la cual se conforman nuevas estructuras artísticas y de pensamiento en torno al espacio arquitectónico intervenido (AGUILAR 2010). Por tanto, la obra lumínica se configura como un texto a leer, un concepto a comprender, una experiencia a vivir. Ese carácter existencial que procede de la procesualidad de la propia percepción del espacio en movimiento nos muestra como este tipo de intervenciones tienen un valor referencial configurable en torno a su propia intangibilidad (MARCHAN

⁸ Imanol SÁNCHEZ (2023), p. 427.

FIZ 2012). La atención se dirige hacia algo mucho más duradero, transgrediendo los límites de lo fugaz: la instalación y el environment de luz dejan de ser una simple obra de arte para convertirse en un fenómeno de relaciones de significación simbólica individual y colectiva⁹.

Para ello consideramos esencial un ligero cambio de perspectiva, una adaptación y una modificación sobre la obra original. La propuesta de hacer una prueba inicial situando al espectador en un ambiente sensorial, dentro y fuera de la VE. El espacio en el que se reproduzca la instalación debe tener unas dimensiones considerables para que el espectador pueda interactuar dentro de la instalación.

Uno de los requerimientos será la utilización de gafas de VR inalámbricas, con el fin de potenciar la sensación de inmersión. Así mismo, en el marco expositivo se utilizarán las mismas «velas de tejidos» que en las exposiciones iniciales (ver foto 3) aunque estas no se incluirán dentro de la imagen generada para la RE.

Se pretende conseguir el tacto del tejido pero no los problemas visuales y lumínicos que generan en la realidad. En esta parte y a través de los procesos que permite la VR, el individuo podrá atravesar «las proyecciones lumínicas» en todas las direcciones. Además, tras esta investigación se ha llegado a la conclusión de que para potenciar el efecto que se creaba en la obra para el Espacio Pignatelli, en Zaragoza en 2021, se trataría de reproducir el efecto Ganzfeld a través de la VR.

Mediante el trabajo de un equipo interdisciplinar, que facilite la concepción de todos estos elementos, unido a la sensación intimista que el artista ha buscado en estas obras se pretende llegar a una obra creativa multisensorial. En la que como dice Crespillo Marí (2019) se transgredan los límites de lo fugaz para convertirse en un fenómeno de relaciones de significación simbólica individual. Esto será un puente para luego trabajar a una mayor escala los proyectos más cercanos a la espectacularidad de las proyecciones en espacios públicos.

5. REFERENCIAS

- AGUDO-MARTÍNEZ, M.J.(2022) «*Light art* y arquitectura lumínica». *Expresión gráfica arquitectónica*, capítulo 11, Madrid, Dykinson.
- AGUILAR, G.(2010). «La interacción, la interpretación y la implicación como estrategias participativas», en *Arte y políticas de identidad*, vol. 3.
- CRISPILLO MARI, Leticia (2019), «Creando conocimiento en torno al *light art* contemporáneo: Realidad Virtual y modelado 3D como alternativa para la catalogación y puesta en valor de la instalación y el Environment de Luz». En SIERRA SANCHEZ, Javier y LAVÍN DE LA CAVADA, José María (ed.), *Redes sociales, tecnologías digitales y narrativas interactivas en*

⁹ Imanol SÁNCHEZ (2023), p. 427.

- la sociedad de la información*. España, McGraw-Hill Interamericana de España, pp. 295-309.
- CRESPILLO MARI, Leticia (2019), «Repensando *States of Mind* de Anne Verónica Janssens: Entornos en Realidad Virtual Para una mejor aproximación al fenómeno estético-experiencial del sujeto espectador. Luz y color como entidades físicas y conscientes del registro neurocognitivo individual», *ArtyHum Revista de Artes y Humanidades*, núm. 66. Vigo.
- CRESPILLO MARI, Leticia (2021), «Una propuesta alternativa de catalogación en realidad virtual para fenómenos estéticos: Instalaciones y entornos de luz contemporáneos». *Pedagogía estética y nueva museografía de intangibles, I Congreso Internacional de Museos y estrategias Digitales*. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València.
- MARCHAN FIZ, Simon (2012), *Del arte objetual al arte de concepto*. Madrid: España, Editorial Akal.
- SANCHEZ, Imanol (2023), «Intervenciones en entornos naturales fundamentadas en el arte lumínico de carácter atmosférico». *Calle 14, Revista de investigación en el campo del arte*, País Vasco. 19(36) pp. 408-429.
- SÁNCHEZ, Imanol (2022), «La creación de arte de luz atmosférico fundamentada en la vinculación cuerpo-ordenador». *Interacción, Revista Digital de AIPO*. Vol. 3. Núm. 2. País Vasco.
- PADILLA CÓRDOVA, Arturo Joel (2014), «La virtualidad como elemento disruptivo del objeto artístico en el arte contemporáneo». *Obra digital*, núm. 6.
- RIERA, J.(2012), «Entrevista con Santiago Olmo». *Javier Riera. Textos*. Web oficial: <http://javierriera.com/textos/entrevista-con-santiago-olmo>.

DISEÑO COLABORATIVO DE ESPACIOS URBANOS EN EL MARCO DE LAS CIUDADES DE LA INFANCIA: APLICACIÓN DE TÉCNICAS DE EXPRESIÓN GRÁFICA Y TECNOLOGÍAS DE FABRICACIÓN DIGITAL PARA UN ENFOQUE ADAPTADO A NIÑOS

Covadonga LORENZO-CUEVA
Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities

1. INTRODUCCIÓN

Según el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia¹, se espera que, en el año 2050, alrededor del setenta por ciento de la población mundial viva en ciudades. También se prevé que, para entonces, un alto porcentaje de los ciudadanos no llegarán a los dieciocho años. Considerando este hecho, parece obvio considerar las demandas y necesidades de los niños y los jóvenes en los procesos de planificación urbana, teniendo en cuenta, además que, en términos generales, estas son similares a las que solicitan otros sectores de la población: seguridad, salubridad, acceso a espacios verdes, libertad de movimiento y acceso a equipamientos. Parece, por tanto, que diseñar espacios urbanos para la infancia supone adoptar un enfoque que puede funcionar para todos.

Por otra parte, desde la perspectiva de la nueva sociología de la infancia², los niños son sujetos activos capaces de influenciar y de ser influenciados por el ambiente en el que viven, son capaces de interpre-

¹ UNICEF (2013).

² Caterina SATTA (2018).

tar sus necesidades y de expresarlas. Es pues, a través de su mirada, cómo podemos diseñar una ciudad mejor y reconsiderar un contexto urbano que sea más adecuado para ellos y para todos los ciudadanos. Escuchar a los niños significa, por tanto, dar voz a las exigencias de aquellos cuyas necesidades no han sido valoradas en el diseño urbano y supone abrir un punto de vista innovador para proponer nuevos modelos de ciudad. Emplear al niño como parámetro de gobierno de la ciudad, en lugar de al adulto, implica detener el proceso degenerativo de las ciudades y adoptar un punto de vista innovador sobre las prioridades actuales, que permita pasar de una gestión que privilegia el automóvil a otra que, en su lugar, favorece a los peatones y permite el disfrute de la ciudad, el refuerzo del tejido social, el aumento de la sensación de pertenencia, mayor seguridad y una mejora de la calidad medioambiental.

La planificación urbana adaptada a los niños es un campo emergente que aboga por un enfoque, a través del cual se tengan en cuenta las necesidades de los niños, proponiendo espacios urbanos que mejoren su desarrollo cognitivo y social, así como su salud física y mental y al mismo tiempo, les permita tener un mayor acceso a equipamientos de todo tipo, más allá de lo que conocemos actualmente como parques infantiles. Este enfoque reconoce la importancia de la independencia y el juego como modo de aprendizaje y socialización, y considera la importancia del entorno construido como factor clave para su salud, comportamiento y desarrollo. Así, entornos urbanos que favorecen actividades cotidianas como caminar, montar en bicicleta y jugar dan como resultado una población físicamente activa e integrada en la sociedad, en contraste con entornos caracterizados por una alta densidad de tráfico, mala calidad del aire o la falta de espacio público y áreas verdes que pueden influir negativamente en la calidad de vida de las personas. Además, en ciudades donde la movilidad es menos independiente, los niños tienen una capacidad reducida para experimentar la ciudad, lo que revierte en menos oportunidades para la interacción social.

Por otra parte, podríamos afirmar que, históricamente, la planificación urbana no ha considerado suficientemente a los distintos grupos vulnerables, incluidos los niños, tal y como fue reconocido en la Convención Internacional sobre los Derechos del Niño de la ONU (1989), donde, además, se reconoció el derecho de los niños a jugar (artículo 31) y a disponer de un nivel de vida tal que permita su desarrollo físico, mental y espiritual (artículo 27). De hecho, no fue hasta la década de los cincuenta cuando espacios urbanos como los parques infantiles de juegos se convirtieron en espacios de experimentación a nivel mundial, gracias a arquitectos y diseñadores como Marjory Allen, Aldo van Eyck, M. Paul Friedberg, Alfred Ledermann, Alfred Trachsel, Grupo Ludic, Egon Møller-Nielsen, Palle Nielsen o Isamu Noguchi; quienes iniciaron un camino que se consolidaría con intervenciones

más arriesgadas y sofisticadas en los años sesenta del pasado siglo³. Actualmente, más allá de estos parques de juegos, se piensa en el mismo espacio público como lugar de juego y experimentación y en el niño, como posible agente a tener en cuenta en el diseño de estos espacios. De hecho, la presente investigación trata de demostrar que los niños pueden ser poderosos agentes en el diseño e implementación de mejores entornos urbanos. Adoptar un enfoque adaptado a los niños puede permitir abordar los problemas de una manera más holística e integrada, lo que podría redundar en beneficios y resultados positivos para todos. La reconquista del ambiente urbano, la recuperación de varias formas de juego y el desplazamiento autónomo por la ciudad, esenciales para el desarrollo sano del niño, pueden dar lugar también a mejores ciudades.

2. OBJETIVOS

En base al concepto de planificación urbana adaptada a los niños que se ha presentado anteriormente, el presente artículo presenta una iniciativa de diseño de espacios públicos de carácter participativo enmarcada en la línea de trabajo de las Ciudades Amigas de la Infancia, una propuesta internacional que nació en la conferencia de la ONU sobre Derechos Humanos celebrada en 1996, donde se estableció la necesidad de asegurar la participación en la sociedad de niños y jóvenes, así como su protección y apoyo, facilitándoles un entorno de vida saludable. Esta iniciativa promueve que todos los niños tengan voz pública para que, de esta manera, contribuyan con sus aportaciones a hacer de su pueblo o ciudad un lugar mejor y más habitable. En este sentido, consideran muy numerosos los efectos beneficiosos de la participación infantil, como por ejemplo, en primer lugar, el hecho de contribuir a un adecuado desarrollo personal de los niños y las niñas, lo cual pone de manifiesto sus capacidades y les genera confianza en sí mismos. En segundo lugar, la posibilidad de mejorar los procesos de toma de decisiones, ya que, en ellos, se implica a un colectivo social más amplio y a un sector, el infantil, olvidado en tales procesos y cuyas aportaciones pueden enriquecer los resultados finales. En tercer lugar, la posibilidad de ayudar a proteger a la infancia contra los abusos y contra cualquier acción que vulnere sus derechos, con lo que se les brinda la oportunidad para denunciar y, por último, la oportunidad de facilitar la adquisición de valores democráticos y permitir la puesta en práctica de los mismos formando así mejores ciudadanos⁴. Enmarcada en la línea de trabajo de las Ciudades de la Infancia, la iniciativa que presentamos plantea la participación de los niños en el diseño del

³ Juan José TUSET (2020).

⁴ UNICEF (2020).

espacio urbano, con el fin de encontrar soluciones innovadoras que permitan dotar al espacio público de equipamientos que aseguren un entorno más amigable y seguro.

3. METODOLOGÍA

De acuerdo con UNICEF, por participación infantil se entiende aquel proceso en el que niños, niñas y adolescentes abordan con otras personas de su entorno temas que afectan a sus condiciones de vida individuales y colectivas⁵. Los participantes interactúan respetando la dignidad de los demás, con la intención de alcanzar objetivos compartidos y a lo largo del proceso, los niños experimentan que están desarrollando un papel útil en el seno de la comunidad. En este sentido, la mejor forma de involucrar a los niños en procesos participativos es desde el contacto directo, en lo cotidiano y en lo que les afecta. El barrio, el municipio, el aula, el colegio o la calle son los espacios naturales donde fomentar la participación. En general, es en el entorno más cercano donde mejor pueden implicarse y donde mejor se pueden apreciar los resultados de esta implicación. Por eso, se les debe consultar sobre hechos reales y lugares que conozcan en profundidad para obtener los mejores resultados en el proceso participativo⁶. En base a esta premisa la participación de los niños en el proceso de planificación y diseño urbano aquí presentada se llevó a cabo en las aulas del colegio de los participantes, debido a que la intervención que se planteaba se ceñía al espacio público situado en las inmediaciones de su colegio. En la iniciativa participaron un total de treinta niños del Colegio CEU Montepríncipe con edades comprendidas entre los seis y los siete años en grupos de seis alumnos.

Por otra parte, la planificación urbana adaptada a los niños supone involucrarlos en el diseño participativo mediante una participación que sea apropiada para su edad y que involucre a los participantes en todas las fases del proyecto: planificación, diseño, intervención y mantenimiento del espacio público⁷. De hecho, los espacios públicos que son respetados y bien mantenidos son aquellos con los que se establece un vínculo de pertenencia y el hecho de involucrarse en todo el proceso puede reforzar este vínculo. En esta línea, la metodología empleada ha comprendido las dos primeras etapas indicadas: planificación y diseño, y las propuestas diseñadas contemplaban intervenciones en las que pudieran participar los niños o personas de su entorno cercano, tanto en la instalación de algunos elementos como en acciones de mantenimiento y conservación del espacio público. La primera etapa,

⁵ Roger A. HART (2001).

⁶ Fidel REVILLA (2008).

⁷ ARUP (2017).

la planificación, ha requerido el reconocimiento del espacio urbano a intervenir, y tenía como finalidad la de comprender cuáles eran los retos a los que se enfrentaban diariamente los niños en dicho entorno. Requería, por tanto, de un conocimiento profundo del lugar, en el que se realizó un recorrido durante el cual se pudo detectar todo aquello susceptible de mejora o implementación. En esta primera etapa, utilizamos el dibujo como herramienta de comunicación, como registro de sus ideas y opiniones sobre el entorno urbano y como medio a través del cual expresar el entendimiento del espacio urbano ubicado en torno al colegio y las impresiones de los niños sobre el colegio y el espacio circundante. Además, realizamos un plano, acompañado de un registro fotográfico de aquellas zonas más problemáticas que nos permitió estudiar la zona en profundidad, y en el que, además, se incluyeron las ideas y los comentarios de los niños. La segunda etapa, centrada en la propuesta de diseño requirió también la participación de los niños; en esta ocasión, para recoger sus propuestas para el espacio público a través de *collages* y maquetas realizadas con fabricación digital y técnicas manuales con los que pudieron explicar sus deseos en cuanto a las necesidades e infraestructuras a ubicar en el espacio urbano ubicado en las inmediaciones de su escuela.

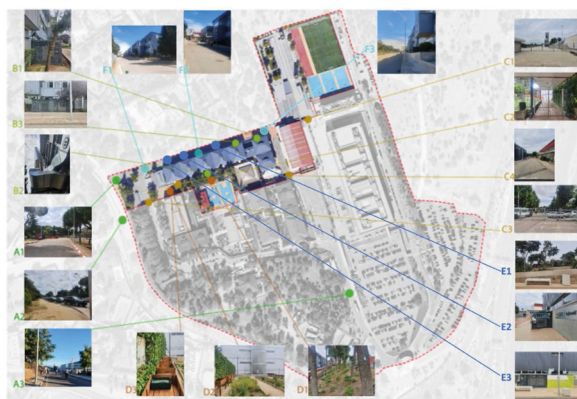
4. RESULTADOS

Se presentan, a continuación, los resultados obtenidos tras la experiencia de diseño participativo de espacio urbano con los participantes mencionados anteriormente en las inmediaciones de su escuela. Más concretamente, el área a intervenir se trata de los alrededores del Colegio CEU Montepríncipe, situado a un lado de la M-501, en una zona periurbana de la ciudad de Madrid alejada del centro, aunque bien comunicada a través del transporte público, lo que condiciona de forma determinante la actuación. Un reconocimiento de la zona mediante una dinámica de mapeo y registro fotográfico puso de manifiesto una serie de condicionantes asociados al lugar referidos, en primer lugar, a los flujos de vehículos y nodos viales; en segundo lugar, a los límites existentes con otras edificaciones y por último, en tercer lugar, a las características de los espacios disponibles para la intervención.

En cuanto al primer condicionante, cabe mencionar que las dinámicas de llegada y salida de alumnos del colegio, así como los espacios donde tenían lugar no se encontraban claramente definidos provocando múltiples deficiencias en los flujos de vehículos en la zona. Se llegaron a detectar hasta tres nodos conflictivos en el área: la glorieta de acceso al colegio, el estacionamiento lateral para automóviles y la calle principal de acceso al colegio. La congestión de tráfico en determinados horarios en estos lugares se generaba debido a la inexistencia de un espacio o una ruta definida para que los automóviles pudieran aparcar o los

autobuses públicos o privados puedan acceder al colegio. Claramente, el diseño del entorno priorizaba el uso del automóvil frente al peatón; el primero contaba con amplios y vastos espacios de aparcamiento al lado de cada edificio, mientras que los peatones solo disponían de aceras muy estrechas y no en toda la zona. Había, por tanto, que trabajar en la forma de priorizar al peatón en este entorno sin interrumpir el flujo vehicular y el acceso para el transporte público a una zona protegida.

FIGURA 1



En relación con el segundo aspecto, debido a la vulnerabilidad de los alumnos, había sido necesario establecer una serie de barreras en torno al colegio, lo cual permitía el libre desplazamiento de los alumnos en la zona protegida, aunque generaba una sensación de espacio cerrado que debía replantearse, de modo que no supusiera un cerramiento visual tan evidente. Y finalmente, en relación con el espacio circundante, el colegio se caracterizaba por tener una relación hostil con su contexto inmediato, con el cual no había relación alguna por el peligro que suponía la prioridad de los vehículos en esta zona. Más concretamente, existían cuatro deficiencias importantes: en primer lugar, había una escasez de zonas de juego; eran pocas las áreas donde los alumnos del colegio pudieran pasar sus horas de recreo y las que había, no ofrecían equipamientos atractivos ni didácticos para los distintos colectivos de alumnos. En segundo lugar, no existían suficientes áreas verdes para el esparcimiento de los niños; los espacios de recreo carecían de zonas verdes que promovieran una interacción de los alumnos con la naturaleza. En tercer lugar, los espacios de recreo estaban delimitados por rejas; las canchas que se usaban para el recreo y esparcimiento del alumnado estaban encerradas limitando las posibilidades de juego. Y finalmente, los alrededores del colegio estaban diseñados para el automóvil, convirtiéndose en un espacio hostil y poco seguro para el libre

tránsito de los niños que, en realidad, debían de ser la máxima prioridad en este espacio público.

Frente este análisis inicial y siguiendo las recomendaciones de las Ciudades Amigas de la Infancia, se planteó que las intervenciones previstas estuvieran centradas en las necesidades de los niños. Se trataría de ir más allá de la dotación de pequeños parques infantiles y pasar a un modelo que se integrara y se inspirara en estrategias ya probadas anteriormente. En este sentido, se realizó una búsqueda de proyectos que pudieran servir de inspiración a los niños y que supusiera un punto de partida para las futuras intervenciones.

FIGURA 2



Tras el análisis de todas estas propuestas, resumimos unas conclusiones generales que organizamos en cuatro líneas y que se describen a continuación. En primer lugar, el fomento del juego en la calle; la movilidad independiente incrementa la actividad física, la sociabilidad y el bienestar mental. Sin embargo, el miedo a que la seguridad de los niños se vea afectada, ha provocado que la mayoría de los niños necesiten de supervisión. Si se cerrasen las calles al tráfico temporalmente, se fomentaría que, personas de todas las edades fueran más activas, reduciendo tanto la contaminación del aire como los peligros del tráfico. En este sentido, una ciudad pionera en este ámbito es Bogotá, que cierra regularmente las calles a los vehículos, pero ciudades como Bristol, Londres, Adelaida, Nueva York y Toronto están forjando alianzas entre residentes y administraciones locales para llevar a cabo planes que promuevan el juego en la calle. En segundo lugar, se debe pensar en espacios intergeneracionales, en los que se reúnan los niños y

los adultos. La creación de un espacio activo puede beneficiar la salud y la cohesión de un barrio. En Londres, por ejemplo, el King's Cross Central incorporó intervenciones lúdicas como medio de regeneración urbana, creando una zona divertida y dinámica para todas las edades. Además, incorporaron un programa de actividades culturales, jardines urbanos y un estanque temporal para promover la actividad al aire libre. En tercer lugar, es necesario controlar el tráfico; las lesiones causadas por accidentes de tráfico son una de las principales causas de muerte entre las personas de entre diez y diecinueve años. En Corea del Sur, los proyectos de mejora en zonas escolares plantean rutas más seguras entre las zonas de residencia y los colegios. Y finalmente, se hace necesario el fomento de los espacios naturales; la conexión con la naturaleza está asociada con beneficios para la salud física y mental, incluyendo menores índices de obesidad, depresión, estrés y trastornos de atención.

A partir de aquí, planteamos una actividad con los niños orientada a recoger sus impresiones y opiniones sobre el lugar. Para ello, utilizamos el dibujo como medio a través del cual pudieran comunicarnos su percepción del colegio y de las zonas colindantes, así como sus opiniones sobre el espacio urbano ubicado en torno al colegio. Se incluyen, a continuación, algunos de los dibujos más representativos que hacen referencia a las carencias y problemas que encuentran a la hora de moverse e interactuar con el entorno. Fundamentalmente, de los dibujos se pueden deducir tres ideas principales: en primer lugar la necesidad de espacios y equipamientos de juegos, tal y como se puede apreciar en los dibujos de la primera fila; en segundo lugar la necesidad de áreas verdes y un mayor contacto con la naturaleza, lo que se deduce de los dibujos de la segunda fila y finalmente, la necesidad de reducir el número de automóviles y zonas de tráfico rodado en la zona, tal y como se puede apreciar en los dibujos de la última fila.

Una vez recogidas las impresiones de los niños y en base a los análisis del lugar y el estudio de las referencias, se plantearon algunas propuestas concretas en determinadas zonas del entorno urbano frente al colegio que ofrecían algunas soluciones a los problemas detectados. Entre las propuestas planteadas se tuvieron en cuenta las siguientes consideraciones. El espacio urbano no debería dirigirse únicamente a los niños, aunque obviamente fueran los principales beneficiarios, sino que debería considerar a todos los usuarios finales: profesores y padres de alumnos, con la idea de que pudieran convivir en un mismo entorno adaptado a todos y que se fomentara la interacción intergeneracional. Por otra parte, debería favorecerse la accesibilidad del viandante, buscando evitar el paso del automóvil por las zonas de encuentro y juego para mejorar la seguridad en todo el entorno. Para ello se podría desviar el flujo de tráfico a otra zona, facilitando además un acceso peatonal a la zona de desembarco de autobuses y al aparcamiento de automóviles. Además, se debería crear un espacio urbano dinámico, incorporando

mobiliario urbano y equipamientos adecuados a las distintas edades y buscando la participación de los niños en el diseño para fomentar un sentimiento de pertenencia. Finalmente, se trataría de fomentar la aparición de espacios verdes, incluyendo espacios abiertos susceptibles de ser transformados para que los niños los modifiquen durante el juego.

FIGURA 3



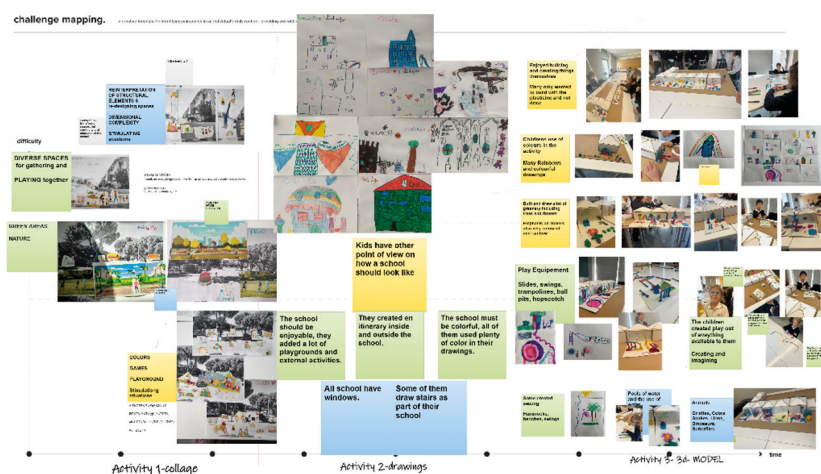
FIGURA 4



Una vez finalizada la primera fase de la actividad con los niños, se plantearon otras dos actividades en las cuales se les pedía su participación para que propusieran intervenciones sobre el espacio público.

En la primera se les facilitaban unas fotografías de distintas zonas en torno al colegio y unos recortables para que fueran configurando un *collage* en el que se incluyeran los elementos de mobiliario urbano y equipamientos que considerasen adecuados. En la segunda se les facilitó una maqueta de cartón realizada con tecnologías de fabricación digital, donde se podían identificar los edificios del colegio, con el fin de que incluyeran propuestas de intervención empleando técnicas plásticas. Con estos medios, los niños pudieron explicar de forma gráfica y plástica sus ideas en cuanto a equipamientos a ubicar en esta zona.

FIGURA 5



A través de estos dibujos detectamos que la mayor parte de los niños ha incluido mobiliario urbano y equipamientos para el juego en los espacios que rodean el colegio. Además, también se aprecia en algunos dibujos el interés por colocar canchas de baloncesto para hacer deporte. Destaca también el hecho de que los dibujos incluyen además de niños, personas de distintas edades, por lo que entienden el espacio urbano como un lugar donde relacionarse con otros niños, pero también con los profesores, los padres e incluso con personas de la tercera edad, que ellos identifican como sus abuelos. Comprenden, por tanto, el espacio público como un espacio intergeneracional. En las maquetas es donde mejor se aprecia su interés por las zonas verdes; los árboles y las flores aparecen constantemente, lo que parece reclamar un mayor contacto con la naturaleza y una necesidad de transformar ellos mismos el entorno natural.

5. CONCLUSIONES

Las conclusiones nos avanzan algunas recomendaciones y criterios a seguir que permitan avanzar hacia la reconquista del espacio urbano, la recuperación de varias formas de juego y el fomento del desplazamiento autónomo por la ciudad como objetivos esenciales, que puede influir, no solo en el desarrollo los niños, sino también y sobre todo, en un mejor diseño de nuestras ciudades. Tras esta experiencia de co-diseño con niños, se plantearon algunas propuestas de interés que trataban de incorporar todo lo aprendido. En la línea de lo propuesto por la iniciativa Ciudades de la Infancia, las propuestas se han caracterizado por el diseño de mobiliario y equipamiento urbano que incentive comportamientos en los niños más saludables y activos, ubicándolos en espacios urbanos donde exista cierta libertad para jugar, explorar y socializar. Se han tratado de fomentar espacios urbanos donde compartir experiencias con personas de diferentes edades incentivando las relaciones intergeneracionales. Además, estos se han diseñado para permitir tiempos de permanencia más largos para un contacto social más positivo. También se ha buscado definir rutas seguras, agradables e interesantes entre el colegio y los nodos en los que se ubican los transportes públicos o los aparcamientos de automóviles, que ayuden a fortalecer la conexión de los niños con la naturaleza, mediante la incorporación de una infraestructura verde adecuada, carriles para bicicletas protegidos y aceras de unas dimensiones adecuadas para ser transitables. La idea es fomentar la independencia de movimiento de los niños en el espacio público para favorecer una mayor integración y cohesión social y espacios más seguros, resilientes y sostenibles adecuados para todos los ciudadanos.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ARUP (2017). *Cities Alive: Designing for Urban Childhood*, Londres.
- HART, Roger A. (2001). *La participación de los niños en el desarrollo sostenible*, Barcelona, UNICEFPAU.
- REVILLA, Fidel. (2008). *Bases para un debate sobre la participación infantil en el ámbito local*, Madrid, UNICEF.
- SATTA, Caterina (2018). *Bambini e adulti: la nuova sociologia dell'infanzia*, Roma, Carocci Editore.
- TUSET, Juan José. (2020). «Arquitecturas para el juego en Central Park: aventuras contra la apatía». *VLC Arquitectura*, 7 (2). <https://doi.org/10.4995/vlc.2020.11820> (consultado el 5 de mayo de 2024).
- UNICEF, NATIONS CHILDREN'S FOUNDATION (2013), *The State of the World's Children: Executive Summary*. <https://www.unicef.org/media/89226/file/The%20State%20of%20the%20World%27s%20Children%202012.pdf> (consultado el 5 de mayo de 2024).

UNICEF. (2020). «Bases para un debate sobre la participación infantil en el ámbito local», *Ciudades Amigas de la Infancia*. <https://ciudadesamigas.org/documentos/bases-para-un-debate-sobre-la-participacion-infantil-en-el-ambito-local/> (consultado el 5 de mayo de 2024).

6.1. Ilustraciones.

Figura 1. Plano con los problemas detectados y registro fotográfico tomado en las inmediaciones del colegio. Autores: Ángela Arenas, Miguel Ángel Rojas y Tomás Urbina. Elaboración propia.

Figura 2. Análisis de referencias previas en torno a planificación urbana de espacios públicos orientados a la infancia que pudieran servir como inspiración a los niños participantes en la iniciativa de diseño colaborativo. Elaboración propia.

Figura 3. Dibujos de los niños en los que se puede apreciar, en las dos primeras filas representaciones ideales del espacio urbano en torno al colegio, con equipamientos de juego y zonas verdes y en la tercera fila, la representación del espacio urbano en torno al colegio en la actualidad, con un exceso de zonas de tráfico rodado. Elaboración propia.

Figura 4. Plano con posibles soluciones de diseño urbano empleando referencias para intervenir en las inmediaciones del colegio. Autores: Ángela Arenas, Miguel Ángel Rojas y Tomás Urbina. Elaboración propia.

Figura 5. Collages y maquetas realizados por los niños participantes en los que plantean propuestas de mobiliario urbano y equipamientos para las zonas ubicadas en los alrededores del colegio. Elaboración propia.

SCREENING FOR ELDER ABUSE

Maria Manuela PEREIRA MACHADO
Universidade do Minho, UICISA-E, Núcleo UMinho

Fernando Alberto SOARES PETRONILHO
Universidade do Minho, UICISA-E, Núcleo UMinho

1. INTRODUCTION

Elder Abuse is defined by the, World Health Organization as «a single or repeated act, or lack of appropriate action, occurring within any relationship where there is an expectation of trust which causes harm or distress to an older person»¹.

This definition considers multiple forms of abuse: physical, psychological, sexual, financial, and neglect. These, and other typologies as self-neglect, give the impression that the forms of abuse are independent. However, research shows that older adults who experience abuse often experience more than one form.

The prevalence of elder abuse is very difficult to estimate. There are several factors to consider, especially if we wish to compare prevalence rates, because different methodologies often result in contrasting numbers. A systematic review conducted by Yon and collaborators, of prevalence studies in community settings that included studies from 28 countries allowed a more accurate idea of the global prevalence of elder abuse. Their findings indicate a prevalence of overall abuse of 15.7%. As for the prevalence of specific types of abuse, there is an es-

¹ WHO (2002) p.3.

timization of 2.6% for physical abuse, 0.9% for sexual abuse, 11.6% for psychological abuse, 6.8% for financial abuse, and 4.2% for neglect².

There are several theories used to explain elder abuse. The Caregiver Stress Theory is probably the more frequently mentioned theoretical framework used to explain elder abuse³, as it is one of the most criticized. According to this theory, elder abuse is a situational phenomenon that occurs when a caregiver faces challenges greater than his/her resources or ability to cope. The result is an increase in stress levels and a feeling of burden. An overburdened caregiver is likely to make poor decisions, not providing the best care possible⁴.

The Social Learning Theory developed by Albert Bandura to explain the acquisition of new behaviours have also been applied to the learning of aggressive behaviours⁵. Social learning proposes that violent behaviour is learned through observation and modelled into our behavioural repertoire. Therefore, someone exposed to violence would have violent behaviour incorporated as a valid relational strategy. Violence is then conceptualized as cyclic, first learned, then taught, which is why this approach is also known as the cycle of violence theory.

The Social Exchange Theory is not precisely a theory but rather a family of theories derived from various fields, such as sociology, psychology, and economics. According to the premises of social exchange, every social interaction is an exchange. For each interaction, the involved persons will try to maximize rewards at the minimum cost possible. If both persons involved in an exchange perceive it as rewarding and with a fair distribution of costs and rewards, the interaction is mutually satisfying and balanced⁶. If an exchange is perceived as unfair, balance is broken, and the person who perceives unfairness can resort to abusive behaviours to seek compensation. Some authors have proposed that older adults participate in exchanges at a disadvantage when compared to other adults. This is mainly caused by their diminished social status and an age-related decay in personal resources⁷.

These theories and others mentioned in the literature are not mutually exclusive, sometimes reflecting only part of the explanation.

Evidence shows that abuse in later life is linked to adverse health impacts, such as: higher risk of mortality, hospitalization, experience disability, and nursing home placement; suicidal thoughts and attempts; chronic pain; lung, bone ore joint problems; metabolic syndrome; gas-

² Yongjie YON *et al.* (2017).

³ Kathleen WILBER, y Dennis MCNEILLY (2001).

⁴ Amala MATHEW y Sobha NAIR (2017).

⁵ Albert BANDURA (1978).

⁶ George Casper HOMANS (1961); Peter BLAU (1964).

⁷ J. J. DOWD (1975).

trointestinal symptoms; stress, depression or anxiety; and traumatic injuries. If detected early enough, elder abuse victims can have the opportunity of an intervention to reduce risks. This can prevent serious harm from occurring or even save lives. Incidents that may appear relatively minor can have a debilitating and long-lasting effect on older people.

Older persons are a large group of users of health care services, which is why the role of health and social care professionals in identifying elder abuse is the key. However, identification can be a complex and lengthy process that requires multi-professional collaboration.

There are several methods and processes to detect abuse. Fundinho and Ferreira-Alves mention three methods that are at the starting point of any process to detect abuse: i) Self-revelation: when an older adult reveals that he or she has been a target of abusive behaviours. That revelation can be made to a healthcare professional, to a social worker, a judicial entity, a law enforcement agency, to his or her social network as a friend or a family member, or anyone; ii) Complaint to an authority: when there is a complaint to any form of legal representation be it anonymous or not, based on evidence or suspicion; iii) Using screening procedures: when a screening procedure tests positive. The screening procedure may be employed based on suspicion or routine by any professional with skills to do so, in any context where screening is possible⁸.

Screening procedures for elder abuse have been proposed for some time and are particularly relevant within the conceptualization of elder abuse as a public health issue.

Screening procedures for elder abuse have been tried out in several contexts, but there is a special emphasis on the healthcare and social contexts. The importance of the healthcare system, in particular, is reinforced in Caldwell, Gilden and Muelle's definition of abuse screening as the «assessment of current harm or risk for harm from family and intimate partner violence in asymptomatic persons in a healthcare setting»⁹.

The objective of screening for elder abuse is the early detection of cases that will be forwarded to detailed assessment. Having different screening forms helps professionals properly decide which circumstances warrant follow-up¹⁰. There are several forms of screening for elder abuse. Cohen has proposed a typology of screening tools where instruments are classified into three categories: direct questioning tools, signs of abuse, and indicators of risk for abuse¹¹.

⁸ João FUNDINHO e José FERREIRA-ALVES (2019).

⁹ Hollie CALDWELL, Gail GILDEN y Martina MUELLE (2013), p.20.

¹⁰ Farida EJAZ (2001).

¹¹ Miri COHEN (2011).

The use of screening procedures was the focus of the SAVE—Screening for Abuse Victims among Elderly—Project. This project involving six european partners aimed to improve the adoption of screening programs for elder abuse in health and social care settings, by providing training and support to professionals on how to use and implement them effectively.

2. METHODOLOGY

2.1. Literature Review

SAVE is an European project funded under the Erasmus+ programme, with the specific objectives: i) increase knowledge of screening tools and their suitability in the identification of violence against older persons in social and health care services; ii) improve the capacity of social and health care professionals to identify and intervene and support and refer the cases of violence against older persons to relevant services; iii) develop educators' competencies to teach professionals how to deal with violence against older persons and to support and mentor them; iv) produce an interactive training program for improving active and innovative learning of social and health care teachers, trainers and professionals in identification and intervention in case of violence against older persons.

Alined with this objectives, the SAVE project aimed to produce four intelectual output, availables in the project website: i) A literature review about the number and quality of screening instruments for older adult's mistreatment; ii) A training curriculum and material on identification and intervention on violence against older persons to be implemented face-to-face; iii) Country specific recommendations for the use of screening instruments; iv) An online course to mainstream project results to a wider audience.

The literature review aimed to i) List arguments in favour and against screening for elder abuse; ii) Find what professionals conduct screening and in what contexts; iii) Discover how professionals and older adults perceive screening; iv) Enumerate the existing screening instruments, their characteristics and effectiveness.

To accomplish this objectives, we formulated three questions to guide our choice of methodology and search:

1. What arguments can be used in favour or against the screening process?
2. What professionals conduct screening, in what contexts and how is screening perceived by professionals and older adults?

3. What screening instruments are used, in what countries, and what are their psychometric characteristics?

Eight databases: Web of Science, Scopus, Science-Direct, PubMed, SAGE, EBSCO, Scielo and Ageinfo were searched for articles published in scientific papers or made available by relevant organisations in the elder abuse field from 1975 to February 2021. We used all possible combinations of the following keywords: «elder abuse»; «mistreatment»; «older adults violence»; «screening»; «assessment», and; «measurement».

The application of the search strategy resulted in a reference database gathered and managed using Mendeley. Article selection was conducted by three researchers, experts in the field of elder abuse. The three researchers conducted article selection independently, in a three-step procedure, by analyzing titles and abstracts in the first two steps and the full-text in the third step.

A total of 7386 titles were identified, which dropped to 4354 titles after removing duplicates. The first step of article selection was applying general selection criteria that consisted of removing all articles that did not approach the subject of elder abuse. The application of this step resulted in 847 titles that would be scanned for relevant information regarding our three questions. The second step was the analysis of the relevance of the article for each of the specific questions. In this step, the researchers analysed the 847 titles for relevant information for answering each of the three questions. It was considered that one article could have relevant information for more than one question. The third step was the application of specific criteria. The characteristics of articles that would be relevant for the objectives of each question were summarised and applied by full-text analysis to the articles that resulted from the previous step. The application of the specific criteria resulted in 19 articles used for data extraction regarding question one, 25 articles regarding question two, and 87 articles regarding question three.

2.2. Save Screening Pilot

After completing the training, some health and social service professionals carried out a screening pilot between may and july of 2022 at their workplaces.

The criteria for belonging to the target group of the SAVE project screening pilot were: at least sixty five years of age, be cognitively competent and capable of consciously deciding based on the information received about their participation in the survey.

The health and social care professionals assessed the person competence based on their observations or knowledge of the elderly person.

The interviewees and the older people who voluntarily participated in the survey received oral and written information about the project and the purpose of the interview.

Before piloting the screening tool, each country drew up practical guidelines, considering the practices and legislation of its own country.

The screening tools used were the Elder Abuse Suspicion Index (EASI)¹² and the Hwalek-Sengstock Elder Abuse Screening Test (H-S/EAST)¹³.

3. RESULTS

3.1. Literature review

Based on our findings, the most relevant advantage of screening older adults for abuse is that there can be no intervention on abuse without its identification. Screening procedures offer a research-informed methodology to identify elder abuse and also help with a systematic way to document cases. The propagation of these procedures also helps raise awareness of social and healthcare professionals about elder abuse¹⁴. Some points discourage the use of screening, mainly arising from knowledge gaps about the process. Screening's possible negative effects have been identified, but their frequency is unknown¹⁵. The cost-effectiveness of screening programs is unknown. Limitations on the effectiveness and applicability of specific screening instruments also pose obstacles to the elaboration of screening programmes.

As for the perceptions about screening, in general, professionals find screening a useful tool, but it competes with the many other demands of their work, and they report difficulties mainly related to lack of time, knowledge and training on the subject¹⁶.

The older person's opinion about screening is not often considered, and more extensive research is necessary to fill this gap.

Regarding the tools, we found twenty nine instruments available for use in the practice setting. Few instruments meet the general rules of effectiveness, and the more effective instruments are also time-consuming and require extensive training. These findings help us identify two major challenges for screening: 1) the development and test of effective instruments of fast application and 2) the training of

¹² Mark YAFFE *et al.* (2008).

¹³ Anne Victoria NEALE, Melanie HWALEK, Richard SCOTT y Carolyn STAHL (1991).

¹⁴ Georgia ANETZBERGER (2008).

¹⁵ XinQi DONG (2015).

¹⁶ Chiara GALLIONE (2017).

professionals to administer and interpret such tools and verify that all the next procedures are guaranteed.

Making the balance of potential risks, benefits and instrument limitations, it is probable that selective screening of risk groups, another modality of screening¹⁷, could be more beneficial, but even for that, we have no conclusive evidence¹⁸.

It is important to notice that the screening process is not diagnostic and will require additional assessment before conclusions are drawn.

The screening tools are particularly valuable for training professionals in internalising organised forms of inquiry. However, more important than the tools is developing the competencies that underlie the screening process, namely listening skills and problem-solving and promoting a broader view of the circumstances and factors around and within the older adult that can determine elder abuse.

3.2. Training curriculum

The training curriculum was organized in four modules of three hours each:

- Module one - Introduction to elder abuse prevalence, signs and symptoms.
- Module two - Screening of elder abuse.
- Module three - How to screen: Ethics and privacy.
- Module four - Challenges of working with elder victims of violence.

At the end of the training, that adopted a combination of theoretical / input sessions and practical exercises / active learning activities to engage professionals to practically apply the theory they have learnt, participants should know: i) What is elder abuse; ii) How to recognize elder abuse applying screening methods and tools; iii) How to intervene in case abuse is detected.

In Portugal the training curriculum target 34 social and health care professionals working in home care, residential care facilities, health centres and hospitals.

A training results assessment form was used to assess the competence acquired by the participants at the end of the training programme.

¹⁷ Mark SPEECHLEY, *et al.* (2017).

¹⁸ X. N. WANG, *et al.* (2015).

3.3. Guidelines for screening

The guidelines for screening were developed and adapted to each country in accordance with specific legislation and standards, and covered topics as: Why mistreatment or violence against elderly people is a health problem; Obstacles experienced by older people in reporting their experiences of violence; Obstacles identified by professionals to question about mistreatment; Violence against elderly people as a violation of their human and civil rights; The impact of the COVID-19 pandemic on the mistreatment of older people; Professional ethics and violence against elderly people; Carrying out abuse screening; Guidelines for screening interviews; Framework for the EASI and H-S/EAST; Responses that raise concern/ suspicion; Action protocol; Professional Secrecy and mandatory reporting; What to do when you suspect that the person does not have the capacity to make decisions; and the procedures for the SAVE screening pilot.

3.4. Screening pilot

Using screening instruments for identification of elder abuse is still rare in European countries. Therefore, the countries participating in the SAVE project wanted to apply screening/systematic questioning in different settings to gain experience in the use of screening tools and their usefulness in various services for the elderly.

In preparation to the application, the partnership conducted a survey involving 86 professionals working in the elderly care. Results showed that 44 for 100 had never received training on elder abuse and 38 for 100 only sometimes, showing that there is lack of trained professionals in the field although 87 for 100 think it is important or very important to know how to screen for elder abuse. 94 for 100 believe there is room to improve their work-based practices in relation to recognition of elder abuse and the area where they think there is more need to strengthen their skills is in fact training on elder abuse and accessing to practical tools for recognition.

In the survey conducted in Portugal, a total of 70 elderly people without cognitive impairment were interviewed. Nurses of primary health care and long-term care facilities and a Psychologist and a Social Educator in day care facilities, applied the tools. EASI tool was applied in the context of primary health care and HS-EAST in long-term care, day care facilities and nursing homes. Six older persons refused to answer questions.

The EASI tool, was used for fifty four participants. Thrity (55,6 for 100) belonged to the age group of sixty five to seventy four years

old, twenty two to the age group of seventy five to eighty four years old (40,7 for 100) and two respondents (3,7 for 100) were eighty five years old or over. Of them, Thirty one (57,4 for 100) were women and twenty three (42,6 for 100) males. Half of the respondents were interviewed in the presence of a relative or a carer and the other half alone in a private room. Regarding cohabitation, 11,1 for 100 (n=six) lives alone; 66,7 for 100 (n=thirty six) lives with a spouse and 24,1 for 100 (n=thirteen) lives with someone else. None of the elderly showed signs of abuse and it was not necessary to proceed with any follow-up after the screening.

The HS-EAST tool was used for the interviews of sixteen older persons in the context of long-term care, day care facilities and nursing homes. Eleven of them were women and five were men. Eight of them belonged to the age group of sixty five to seventy four years old, six to the age group of seventy five to eighty four years old and two were eighty five years old or over. Of them seven lived alone, six lived with a spouse and three with someone else. All respondents were interviewed alone, in a private room. None of the older persons showed signs of abuse and it was not necessary to proceed with any follow-up after the screening.

Regarding the older persons' experiences of being asked about abuse, only one elderly person mentioned that the topic —elder abuse— was uncomfortable. All the others mentioned that the questions did not cause any discomfort, that it is important to talk about the topic and were pleasantly surprised that health professionals were concerned about their well-being and were attentive to these issues. All participants said that we should ask these questions to all the elderly.

About the professional's experiences of using screening tools, in general it was a positive and rewarding experience.

The questions they considered the most difficult were related to the intimacy of personal and family relationships and when the professional had no previous relationship with the older person. The professionals experienced that questioning is easier and more natural when there is already a relationship of trust with the older person. The time was a problem in some cases, because of the lack of professionals. Time of using EASI was between five and twenty minutes and HS-EAST questions took between ten and sixty minutes. The application of the screening instrument was easier in the primary health care; the respondents were more committed to the questioning than older persons in day centres and nursing homes.

Some professionals considered that the training for the implementing of the instruments should be longer.

4. DISCUSSION

Despite the many obstacles to the identification of older adults suffering abuse, its covert nature, the fact that most victims go unidentified, and the prevalence of the problem as well the potentially severe or lethal consequences for the victims has resulted in vigorous advocacy of screening for abuse¹⁹.

Elder abuse can only be addressed if detected. Interventions by authorities mandated under public policies to prevent or treat the problem cannot occur without an appropriate referral. Screening is used to promote the safety and well-being of older people and, in most cases, to fulfil legally mandated reporting responsibilities. Screening tools help improve the professional awareness of the problem and guide users through a systematic process of observation and documentation to ensure that manifestations of elder abuse will not be missed²⁰.

There are arguments against the screening process itself, and some associated with difficulties in using some screening instruments. Doing generalized screenings for abuse without known effective remedies and resources or without having a specialized team for follow-up assessment is highly questionable.

False-positive results could cause psychological distress to older adults and families and jeopardize the physician-patient relationship²¹.

False-negative results may negate the abusive situations and provide false assurance, further increasing older adults' risk for adverse outcomes, discouraging clinicians from seeking further history, and preventing recognizing those who are genuinely at risk²².

Some progress has been made in screening older people for abuse; areas for future research are still open, as no studies investigated the possible adverse effects of patient or caregiver testing and their impact on clinical processes, costs, time requirement, or impact on self-report.

To disclose and give details about abusive situations, the victims should feel that the practitioner is trustworthy, empathetic, sensitive to their difficulties, and not judgmental. Unfortunately, often it takes time and effort to achieve this favourable atmosphere, which is also limited by time constraints.

In the saving screening pilot, older people were generally very positive about being asked about elder abuse and considered it important.

¹⁹ Georgia ANETZBERGER (2001); Muhammad Akbar BAIG, et al. (2015).

²⁰ Georgia ANETZBERGER (2008).

²¹ XinQi DONG (2015).

²² Chiara GALLIONE (2017).

This result is in line with a survey conducted in Canada by Mark Yaffe and collaborators in 2012²³.

5. CONCLUSIONS

Elder abuse is a widespread phenomenon worldwide. Its exact prevalence is very difficult to estimate, and its identification is a complex topic requiring a multidisciplinary approach.

The training curriculum and the screening guidelines, based on an extensive literature review, as well as the experience and lessons learned during the screening pilot, are a very important contribution to identifying and intervening in mistreatment of elderly people. The online course allowed us to reach a wider audience of health and social service professionals, as well as other professionals who work with older people, students and the general population, increasing awareness and knowledge about Elder Abuse.

6. REFERENCES

- ANETZBERGER, Georgia (2001), «Elder abuse identification and referral: The importance of screening tools and referral protocols», *Journal of Elder Abuse and Neglect*, 13(2), pp. 3–22. doi: 10.1300/J084v13n02_02.
- ANTHONY, Elizabeth *et al.* (2009), «Assessing elder mistreatment: Instrument development and implications for adult protective services», *Journal of Gerontological Social Work*, 52(8), pp. 815–836. doi: 10.1080/01634370902918597.
- BAIG, Muhammad Akbar, *et al.* (2015), «Community emergency medicine: Benefits and challenges of screening for elder abuse in the emergency department of a developing country», *World Journal of Emergency Medicine*, 6(4), pp. 261–264.
- BANDURA, Albert (1978), «Social Learning Theory of Aggression», *Journal of Communication*, 28(3), pp. 12–29. doi: 10.1111/j.1460-2466.1978.tb01621.x.
- BLAU, Peter. (1964), *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley & Sons.
- CALDWELL, Hollie, GILDEN, Gail y MUELLE, Martina (2013), «Elder abuse screening instruments in primary care: An integrative review, 2004 to 2011», *Clinical Geriatrics*, 21(1), pp. 20–25.
- COHEN, Miri (2011), «Screening tools for the identification of elder abuse», *Journal of Clinical Outcomes Management*, 18(6), pp. 261–270.
- DONG, Xinqi (2015), «Screening for Elder Abuse in Healthcare Settings: Why Should We Care, and Is It a Missed Quality Indicator?», *Journal of the American Geriatrics Society*, 63(8), pp. 1686–1688.

²³ Mark YAFFE, *et al.* (2012).

- DOWD, J. J. (1975), «Aging as exchange: a preface to theory», *Journals of Gerontology*, 30(5), pp. 584–594. doi: 10.1093/geronj/30.5.584.
- EJAZ, Farida, *et al.* (2001), «Evaluating the Ohio elder abuse and domestic violence in late life screening tools and referral protocol», *Journal of Elder Abuse and Neglect*, 13(2), pp. 39–57. doi: 10.1300/J084v13n02_04.
- FUNDINHO, João y FERREIRA-ALVES, José (2019), «Conhecer o fenómeno: Tópicos para a formação básica de profissionais», in Paulino, M. and Costa, D. (eds.), *Maus tratos a pessoas idosas*. 1st ed. Lisboa: PACTOR, pp. 191–209.
- GALLIONE, Chiara *et al.* (2017), «Screening tools for identification of elder abuse: a systematic review», *Journal of Clinical Nursing*, 26(15–16), pp. 2154–2176. doi: 10.1111/jocn.13721.
- HOMANS, George Casper (1961), *Social Behaviour: Its Elementary Forms*. New York: Harcourt, Brace & World, Inc.
- MATHEW, Amala y NAIR, Sobha (2017), «Theoretical Perspectives on Elder Abuse : A Framework Analysis for Abused Elderly in Kerala», *IOSR Journal of Humanities and Social Science*, 22(9), pp. 29–33. doi: 10.9790/0837-2209042933.
- NEALE, Anne Victoria, HWALEK, Melanie, SCOTT, Richard, y STAHL, Carolyn (1991). *Validation of the HwalekSengstock elder abuse screening test*. *Journal of Applied Gerontology*, 10(4), 406–415. Reprinted by permission: Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- SPEECHLEY, Mark, *et al.* (2017), «Screening in Public Health and Clinical Care: Similarities and Differences in Definitions, Types, and Aims—A Systematic Review», *Journal of clinical and diagnostic research: JCDR*, 11(3), LE01–LE04.
- WANG, X. M. *et al.* (2015), «Elder abuse: An approach to identification, assessment and intervention», *CMAJ*, 187(8), pp. 575–582. doi: 10.1503/cmaj.141329.
- WILBER, Kathleen y MCNEILLY, Dennis (2001), *Elder abuse and victimization*. 5th ed. Edited by J. Birren and K. Schaie. San Diego: Academic Press.
- WORLD HEALTH ORGANIZATION (2002), «The Toronto Declaration: The Global Prevention of Elder Abuse», Geneva: WHO.
- YAFFE, Mark, *et al.* (2008), «Development and validation of a tool to improve physician identification of elder abuse: The Elder Abuse Suspicion Index (EASI)», *Journal of Elder Abuse and Neglect*, 20(3), pp. 276–300. doi: 10.1080/08946560801973168.
- YAFFE, Mark, WEISS, Deborah y LITHWICK, Maxine (2012), «Seniors' Self-Administration of the Elder Abuse Suspicion Index (EASI): A Feasibility Study», *Journal of Elder Abuse and Neglect*, 24(4), pp. 277–292. doi: 10.1080/08946566.2011.652930.
- YON, Yongjie *et al.* (2017), «Elder abuse prevalence in community settings: a systematic review and meta-analysis», *The Lancet. Global health*, vol. 5, 2: e147–e156. doi:10.1016/S2214-109X(17)30006-2.

ESTUDIANTES DE ELE POR EL MUNDO: UNA EXPERIENCIA TELEVISIVA PARA PROMOVER LA EXPRESIÓN ORAL EN UN CONTEXTO SINOHABLANTE UNIVERSITARIO

Juan Carlos MANZANARES TRIQUET
Universidad de Granada

María MOYA GARCÍA
Universidad de Granada

1. INTRODUCCIÓN

La enseñanza de español en la República Popular China tiene su origen en el año 1952, con la fundación del primer departamento de estudios hispánicos del gigante asiático. A lo largo de las últimas décadas, profesorado local y profesorado hispanohablante han protagonizado un debate metodológico que ha girado en torno a dos posturas ostensiblemente opuestas: de un lado, la tradición estructural basada en el todopoderoso método gramática-traducción; y, de otro, un incesante intento por exportar a las aulas de la RPC diferentes enfoques de enseñanza y metodologías activas al servicio de la comunicación. A este respecto, conviene aclarar que existe una tendencia generalizada en el reparto de asignaturas, según la cual los enseñantes chinos asumen la docencia de las materias de carácter gramatical, siendo los docentes nativos los responsables de las asignaturas destinadas a trabajar las destrezas productivas y receptivas de la lengua, tal y como aseveran

Hidalgo y Yang¹. Dentro de este compendio, sobresale una asignatura cuya presencia se extiende desde el primer semestre de primer curso hasta el segundo semestre de segundo: Conversación. Esta, por su naturaleza, y por la exigencia práctica que demanda su ejercicio, representa un notable desafío que se ve motivado por un triple hándicap para los aprendientes: en primer lugar, como expone Manzanares², el *shock* inherente al proceso de enseñanza-aprendizaje, en especial, en el tratamiento de la expresión e interacción orales; en segundo, la ansiedad vinculada a toda producción que implique la participación de dicha destreza, de acuerdo a Muñoz³; y, por último, conforme al trabajo de Jin y Cortazzi⁴, el impacto de una idiosincrasia cultural que imprime en los discentes una serie de rasgos particularmente incisivos en su comportamiento en el aula.

A propósito del choque metodológico, cabe mencionar que no son pocos los autores y trabajos que, fruto de su experiencia de campo, han remarcado las numerosas dificultades derivadas de la implementación de prácticas eminentemente comunicativas en las aulas de la RPC. Es el caso de Bega⁵ o Giménez⁶. Otros tantos, como Cortés⁷, han encontrado en el eclecticismo una alternativa equilibrada para con el alumnado y su estilo de aprendizaje. Sin embargo, por lo general, la literatura tiende a recapitular los problemas observados, pero escasean soluciones prácticas y/o casos de éxito de relativa vigencia, dado que un importante contingente de las investigaciones centradas en la (im)posibilidad de implementar el enfoque comunicativo en la República Popular fueron desarrollados hace más de una década por referentes del hispanismo en China como Sánchez⁸ o Blanco⁹.

En lo referente al impacto de las emociones negativas en el aula, diversas investigaciones han referido conclusiones concordantes al apuntar a la oralidad como la destreza causante de un mayor estado ansiógeno entre los aprendientes sinohablantes. Es el caso de Martínez¹⁰, quien defiende la importancia de trabajar en el aula la competencia existencial; Falero¹¹, quien apuesta por la inserción de las TIC y, más particularmente, de WeChat como herramienta a través de la que bajar el estrés de los discentes; o Manzanares y Jia¹², que propugnan

¹ Matías HIDALGO GALLARDO y Xiaochang YANG (2022), p. 104.

² Juan Carlos MANZANARES TRIQUET (2020).

³ Marta MUÑOZ TORRES (2009).

⁴ Lixian JIN y Martin CORTAZZI (1998).

⁵ Michel BEGA GONZÁLEZ (2015).

⁶ Nicolás GIMÉNEZ DOBLAS (2022), pp. 20-22.

⁷ Maximiano CORTÉS MORENO (2010), pp. 21-28.

⁸ Alberto SÁNCHEZ GRIÑÁN (2009).

⁹ José Miguel BLANCO PENA (2011).

¹⁰ Marta MARTÍNEZ RUBER (2020).

¹¹ Francisco Javier FALERO PARRA (2016).

¹² Juan Carlos MANZANARES TRIQUET y Yuqi JIA (en prensa).

la rentabilidad de iniciativas gamificadas enmarcadas en un espacio de seguridad afectiva.

El tercer desafío al que el alumnado ha de hacer frente pasa por vencer las barreras socioculturales de origen secular que aluden a los conceptos taoístas de *mianzi*, concepto asociado a la reputación que ostenta un individuo en sociedad, y *lianzi*, concepto ligado a la reputación de carácter moral, tan extendidos en las aulas chinas. Una de las principales contribuciones relacionadas con esta cuestión pasa por el trabajo de He¹³. En él, se hace referencia al miedo al error y, en consecuencia, a la inercia a guardar silencio para evitar quedar en evidencia frente al profesorado, autoridad de máximo respeto. El influjo de este legado, también mencionado por Brick¹⁴, se ha dejado sentir en el dibujo de un perfil, en ocasiones un tanto estereotipado, que ha sido ampliamente retratado por investigadores de todo el mundo y que apunta a la timidez y a la pasividad como algunas de sus principales marcas definitorias. Estos rasgos distintivos condicionan el rol de los aprendices en el aula y, por consiguiente, el potencial desempeño en una asignatura que, recordemos, exige de manera inevitable cierta predisposición para posibilitar una interacción fructífera entre sus interlocutores.

Las contribuciones recién referidas no solo ayudan a contextualizar una problemática observable en términos comunicativos, sino que ofrecen orientaciones que pueden contribuir a la construcción de propuestas encaminadas a favorecer la comunicación en un marco afectivo apropiado, facilitando una mejor comprensión de los condicionantes culturales y actitudinales que regulan el comportamiento de los aprendientes. Así, el presente trabajo surge de la necesidad de dinamizar el proceso de enseñanza-aprendizaje de Conversación III, asignatura troncal de segundo curso de la licenciatura en Filología Hispánica en la RPC, tomando como punto de partida una dificultad manifiesta: la reticencia a hablar en público del alumnado. Para ello, se plantea una propuesta interventiva que se nutre de la suma de diferentes tipos de inputs afines a la realidad de los discentes, actividades cuidadosamente secuenciadas, dinámicas lúdicas y, sobre todo, la ejecución de un motivante producto final en forma de programa de televisión en el que se vehiculan elementos culturales estrechamente conectados con la cultura de origen del grupo meta. Resulta preciso resaltar que la elección de dicho recurso didáctico, y no otro, obedece tanto al valor que subyace a dicha muestra de lengua como herramienta de puente intercultural, como al éxito sobresaliente obtenido por el trabajo de Céspedes¹⁵, en otro contexto de ELE de equiparable distancia cultural. Se espera, con ello, despertar la motivación del alumnado traspasando los límites del

¹³ Xiaojing HE (2008).

¹⁴ Jean BRICK (1991), pp. 155-157.

¹⁵ Carmen CÉSPEDES SUÁREZ (2021).

aula aprovechando el potencial de *Españoles en el mundo* como revulsivo y, asimismo, doblegar otra de las causas que podría explicar la baja participación del alumnado. Un hecho que, como esgrime Donés¹⁶, podría estar relacionado con el desconocimiento de los referentes y tópicos que se incluyen en diversos manuales de corte comunicativo.

2. MÉTODO

En el curso de nuestra praxis, se ha llevado a cabo el método de investigación-acción sobre el que teoriza Latorre-Beltrán¹⁷, el cual se materializa por medio de una investigación de carácter cualitativo sustentada, en primera instancia, en la revisión bibliográfica precedente y en la observación directa de aula. Como advierte Elliot¹⁸, dos de las tareas fundamentales que se ven involucradas en la investigación-acción comprenden: 1) la percepción y el diagnóstico de aquellos problemas existentes en el proceso de enseñanza-aprendizaje; y 2) llevar a cabo y verificar hipótesis de alcance práctico que aporten soluciones que contrarresten las dificultades inicialmente detectadas.

3. PARTICIPANTES Y CONTEXTO DE APLICACIÓN

El grupo participante, conformado por 22 aprendientes, es natural de la República Popular China y cursa segundo curso de la licenciatura en Filología Hispánica¹⁹ en la Universidad de Lengua y Cultura de Pekín (*Beijing Language and Culture University*). La asignatura en la que se inserta la investigación, como se mencionó anteriormente, es Conversación III. Se trata de una materia troncal, de primer semestre, cuya carga docente es apenas de dos horas a la semana. La docencia se extiende durante 16 semanas.

Como suele ser tendencia en estos estudios, el sexo mayoritario es el femenino, con 18 estudiantes, siendo la representación masculina notoriamente inferior, con solo cuatro varones. La edad del alumnado oscila entre los 19 y los 20 años, y un nivel de lengua que se sitúa entre el A2.2 y el B1.

¹⁶ Rocío DONÉS ROJÁS (2009).

¹⁷ Antonio LATORRE BELTRÁN (2003), p. 27.

¹⁸ Jhon ELLIOT (2005), p. 136.

¹⁹ A diferencia de la titulación ofertada en España u otros países hispanohablantes, en este caso, se constata un fuerte componente de ELE, en especial, en los cursos primero y segundo. En adelante, en tercero y cuarto, tiende a ponerse el foco en la literatura panhispánica, en la traducción y la interpretación. No obstante, son cada vez más los centros que se reinventan hacia nuevas áreas como el comercio o el turismo.

El bagaje del grupo en castellano se limita a su formación en la Educación Superior, y es para muchos su tercera o cuarta lengua adicional, tras el chino estándar, el inglés y, en algunos casos, el cantonés.

3.1. Fases de trabajo

La investigación comienza en el primer semestre del curso 2022/2023, en el mes de septiembre. La asignatura se articula alrededor de cuatro temas independientes entre sí, a saber: consumismo y obsolescencia programada; publicidad; redes sociales; viajes y vacaciones; siendo el cuarto y último tema en el que tiene lugar la intervención propiamente dicha.

3.1.1. *Fase observacional: identificación de problemas y dificultades de enseñanza*

El punto de partida de nuestra investigación va de la mano del inicio del semestre, en la enseñanza de los primeros temas contemplados en la guía de la asignatura. En esta primera etapa, se aprecia un grupo que cuenta con determinados atributos relativamente prototípicos a tenor de la revisión de la literatura. Estas dificultades pueden categorizarse del siguiente modo:

- Rechazo a la participación voluntaria por una cuestión de modestia cultural, conforme a lo expuesto por He²⁰.
- Reticencia a formar parte activa de actividades en plenaria por el miedo al error, tomando en consideración la contribución de Merín²¹.
- Preferencia por actividades que permiten preparación previa, en detrimento de otras que requieren improvisación e inmediatez por la ansiedad derivada de las actividades de expresión e interacción orales, según la contribución de Falero y García²².
- Escaso interés y motivación por la asignatura debido, entre otras razones, a la falta de oportunidad para ponerla en práctica en contextos situacionales reales, a propósito de la investigación de Guo²³.
- Desconocimiento de elementos culturales del mundo pan-hispánico, con la correspondiente dificultad añadida a la hora de expresar(se), como atestiguan García y Massaguer²⁴.

²⁰ Xiaojing HE (2008).

²¹ Arantxa MERÍN FERNÁNDEZ (2016).

²² Francisco Javier FALERO PARRA y Loreto GARCÍA PARDO (2016), p. 259.

²³ Qishi GUO (2020).

²⁴ Anabel GARCÍA y Lara MASSAGUER (2011), p. 228

— Imposibilidad de tomar la palabra de manera consistente como consecuencia de la alta ratio existente en una materia de estas características.

— Ausencia de un manual canónico a través del que seguir las lecciones, como sí ocurre, pongamos por caso, con *Español moderno* en otras asignaturas del currículum, tal y como recoge De la Fuente²⁵.

3.1.2. *Fase adaptativa: búsqueda de soluciones*

Una vez identificadas los distintos obstáculos presentes en nuestra práctica de campo, resulta esencial plantear hipótesis que permitan fijar líneas de actuación a través de las que adaptarnos al contexto y al alumnado. En este trabajo se consideran las siguientes:

— Teniendo en cuenta la influencia que ejerce el contexto en el rol del alumnado, irrumpen tres interrogantes de alcance común: 1) ¿puede la invitación nominal o el empleo de herramientas de participación aleatoria mitigar el silencio por modestia? 2) ¿El fomento de un clima positivo rebaja el filtro afectivo de los aprendientes y, por tanto, multiplica su voluntad a tomar la palabra? 3) ¿La concesión de tiempo de preparación redonda positivamente en las emociones del grupo?

— En lo referente a la baja motivación, la desconexión del aula con la vida real, el desconocimiento de referentes culturales y, también, las escasas ocasiones de practicar la lengua de forma continuada, cabe preguntarse: ¿el planteamiento de un reto audiovisual de tipo televisivo de temática cultural china puede suponer un punto de inflexión que revierta la situación de partida y promueva la comunicación?

— Ante la falta de un libro, en su sentido más tradicional, ¿puede la provisión de material diseñado *ad hoc* conferir la seguridad necesaria al alumnado para realizar un mejor seguimiento de las lecciones y, de este modo, familiarizarse de antemano con los materiales para lidiar con aquellas tareas más espontáneas?

3.1.3. *Fase operativa: diseño de material y configuración del reto audiovisual final*

En esta tercera etapa tiene lugar la elaboración de la UD elaborada para el alumnado sinohablante, además del diseño y planteamiento del producto lingüístico final en forma de episodio colaborativo del celeberrimo programa de TVE *Españoles en el mundo*. La implementación y explotación de la UD se extiende a lo largo de un mes, a razón de una sesión de dos horas, un día por semana.

²⁵ Isabel DE LA FUENTE COBAS (2019).

Los detalles técnicos y las especificaciones de ambos figuran en los apartados «2.3.1. Unidad Didáctica» y «2.3.2. Tarea audiovisual final: Estudiantes de ELE por el mundo».

3.2. Materiales e instrumentos de recogida de datos

3.2.1. *Unidad Didáctica*

La UD «*Viajes y vacaciones*» se compone de 15 actividades en las que se trabajan de forma integrada las cuatro destrezas de la lengua. No obstante, por el carácter de la asignatura, la expresión e interacción orales constituyen las destrezas sobre las que recae un mayor protagonismo. En la elaboración de la UD, se han contemplado las premisas referidas en la fase observacional, poniendo especial énfasis en el componente afectivo, en la inclusión de elementos temáticos chinos y en la omisión de aquellas actividades que demandan espontaneidad. En este sentido, de manera compensatoria, se han integrado elementos lúdicos cuya misión no es otra que la de generar una atmósfera óptima que inste a la toma de la palabra del alumnado. De igual forma, en la secuenciación y diseño de las distintas actividades, se respetan los tiempos que demanda toda transición metodológica, partiendo de actividades más controladas, bajo el soporte de otras habilidades como la escritura o el uso de herramientas TIC afines a la generación de los aprendientes. Todo ello, en suma, cumple con una función preparatoria en términos temáticos, afectivos y conversacionales de cara a emprender, con éxito, la gran tarea audiovisual final.

A continuación, se ofrecen las especificaciones técnicas de la UD en cuestión:

- Grupo meta: 22 discentes de Conversación III.
- Nivel: B1 (MCER, 2001).
- Lengua materna del alumnado: chino estándar.
- Contexto de enseñanza: enseñanza en línea²⁶.
- Destrezas implicadas: expresión oral y comprensión oral y, en menor medida, expresión escrita y comprensión lectora.
- Enfoque de enseñanza: enfoque comunicativo.
- Temporización: cuatro sesiones de una hora y cincuenta minutos en el periodo comprendido entre el 28 de noviembre y el 19 de diciembre de 2022.
- Secuencia didáctica:
 - Sesión 1: dinámicas rompehielos de introducción; ¿Cuánto vocabulario sabes de...? (actividad 1); ¡El gran test de los viajes! (actividad 2); Una noticia realmente

²⁶ El cierre fronterizo de la RPC, como consecuencia de la COVID-19, se extendió hasta enero de 2023, fecha en la que la presente experiencia llegaba a su fin.

- sorprendente (actividad 3); *Black Stories*, un viaje terrorífico (actividad 4).
- Sesión 2: tipos de turismo (actividad 5); A debate: turismo nacional o turismo por el extranjero (actividad 6); De paseo por China (actividad 7); Las recomendaciones de *China con eñe* (actividad 8); Cómo viajamos y dónde nos alojamos (actividad 9).
- Sesión 3: Me encanta viajar pero... (actividad 10); ¿Viajar con maleta o viajar con mochila? (actividad 11); De paseo por FITUR (actividad 12); Tiktokers (actividad 13).
- Sesión 4: *Espanoles en el mundo* (actividad 15) y explicación del proyecto audiovisual.
- Objetivos generales de la UD:
 - Mejorar la expresión e interacción orales del alumnado de licenciatura en Filología Hispánica de la RPC.
 - Relativizar el miedo al error por medio de un adecuado trabajo afectivo.
 - Favorecer un clima de aula distendido que favorezca la voluntad de comunicación.
 - Promover nuevos espacios que motiven y estimulen la producción oral en contextos significativos.
 - Proporcionar materiales afines al conocimiento socio-cultural del alumnado que despierten su interés por las temáticas conversacionales.
 - Ofrecer soporte físico que ayude al alumnado a seguir, de manera sistemática, el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura.
- Objetivos comunicativos:
 - Charlar sobre gustos, intereses y hábitos viajeros.
 - Conocer los distintos tipos de turismo y turistas que existen.
 - Planificar un viaje.
 - Describir algún aspecto de la cultura china por mediación de un proyecto audiovisual inspirado en el televisivo *Espanoles en el mundo*.
- Contenidos lingüísticos:
 - Repaso de la expresión de la opinión.
 - Léxico de los viajes y las vacaciones.
 - Lenguaje coloquial.
 - Dinámicas generales: individual, pareja y pequeño grupo.

- Recursos didácticos, webs y materiales audiovisuales utilizados: noticia del diario *Heraldo*²⁷; vídeo de CGTN²⁸; vídeo de FITUR²⁹; juego físico *Black Stories* (edición vacaciones); vídeo de TVE³⁰.
- Herramientas TIC: Quizziz, Online-stopwatch, Educima, Cerebriti, Socrative.
- Evaluación: Tarea audiviosual final.

3.2.2. Tarea audiovisual final: Estudiantes de ELE por el mundo

Antes de: la ejecución de la tarea audiovisual final va precedida de cierto trabajo preliminar, a realizar en la cuarta sesión, en la que se presenta al alumnado el programa de *Espanoles en el mundo*. Para efectuar una mayor inmersión, se selecciona el capítulo rodado en Pekín, y se muestran los testimonios —subtitulados en castellano y, a ser posible, con la velocidad ligeramente reducida— de tres expatriados españoles en la capital, cada uno en un escenario y contexto diferente (a saber: Ciudad Prohibida; bodas y tradición; lagos de Houhai). Se trabajan distintas comprensiones audiovisuales y se realizan evaluaciones interactivas con herramientas gamificadas como Socrative que, a su vez, son guiadas por los docentes al tiempo que se comentan, de manera oral, aquellas informaciones, puntos de vista u opiniones vertidas por tales hispanohablantes con el fin de promover pequeñas interacciones.

Durante: una vez completada la explotación recién señalada, se explica al alumnado el contenido de la tarea final que, además de cerrar el tema, tiene un importante peso como trabajo final de la asignatura (30 por 100 del total). El reto audiovisual que se plantea consiste en el rodaje de un episodio televisivo propio, emulando el formato del programa *Espanoles en el mundo* visto y trabajado en clase. Se trata de que, o bien individualmente, o en grupos de dos, tres o cuatro participantes, cada formación elija una temática a partir de un amplísimo espectro de posibilidades para compartir su visión acerca de tal aspecto cultural de una forma cercana. El alumnado dispone de libertad en la forma gramatical, y cuenta con unas pequeñas directrices que se adjuntan a continuación:

²⁷ *Heraldo*, «Busca a una chica que se llame como su ex para dar la vuelta al mundo gratis», *Heraldo*, 6 de noviembre de 2014.

²⁸ CGTN en Español. «Viaje a China». Producido por CGTN el 4 de febrero de 2019. YouTube, 4:45. <https://www.youtube.com/watch?v=Mum8IEyp4Uw>

²⁹ COMUNIDAD DE MADRID. «Let's Go Madrid!». Producido por FITUR el 20 de enero de 2016. YouTube, 2:47 <https://www.youtube.com/watch?v=zOlawcK13DI>

³⁰ RTVE. «Espanoles en el mundo: Pekín». Producido por RTVE el 18 de julio de 2018. YouTube, 18:06 <https://www.youtube.com/watch?v=buLi1mxY1pU&t=54s>

— La duración de cada aportación ha de ser de, al menos, cuatro minutos si la presentación es individual. Por cada miembro extra en el grupo, se deben añadir tres minutos.

— Todos los integrantes deben aparecer en el vídeo y participar de manera compensada.

— Hay que aparecer en cámara el mayor tiempo posible.

— Se puede disponer de guion para hacer pequeñas consultas, pero no se puede leer.

— La comunicación debe ser, dentro de lo posible, natural.

— El vídeo debe grabarse en horizontal.

— No es necesaria su subtitulación.

— La entrega ha de realizarse en un plazo de 14 días, a través del grupo de clase de WeChat.

Lista de temas seleccionables: Ciudad Prohibida, Palacio de Verano, vida nocturna, superstición china, pato laqueado, *hot pot*, juegos tradicionales chinos, la educación en China, deportes populares, leyendas tradicionales, la ceremonia del té, distrito del arte 798, tai-chi, experiencia musical en un KTV, Templo del Cielo, Templo de los Lamas, lengua china, caligrafía, estereotipos, costumbres, fiestas populares, amistades extranjeras, negocios, parques, medicina tradicional, gastronomía general, rincones favoritos, vida universitaria y comunicación no verbal.

Después de: una vez que cada estudiante o grupo complete su clip, el docente lleva a cabo un montaje con cada una de las aportaciones recibidas. Dicho compendio incluye, además, como sorpresa, una aportación propia abordando otro punto relacionado con la cultura China (en este caso, un pequeño vídeo rodado en el tramo de Mutianyu de la Gran Muralla). Véase una recopilación de referencia en la figura 1.

FIGURA 1. FOTOGRAMAS DE DISTINTOS FRAGMENTOS DEL PROGRAMA GRUPAL



Posteriormente, se celebra una gala especial en la que tiene lugar el visionado conjunto del programa. En ella, asimismo, el alumnado puede aspirar a alzarse con tres posibles premios: el contenido del primero, *Premio al mejor programa*, queda desvelado en el momento de plantear el reto audiovisual y es concedido por el docente en base al cumplimiento de criterios comunicativos, lingüísticos e interactivos (dado el caso). Las dos categorías restantes, *Premio del público al programa más original* y *Premio del público al programa más divertido*, se dan a conocer el día de dicha gala y su atribución es competencia de los propios compañeros. Cada uno de estos galardones entraña la concesión de un diploma acreditativo y una pequeña subida de nota³¹.

3.2.3. Cuestionario final

El cuestionario final, de carácter anónimo, se administra por medio de la herramienta virtual Survio. Se compone de un total de 20 ítems y abarca dos bloques. El primero de ellos, a modo de autoevaluación, aborda cuestiones relacionadas con el hábito del alumnado en relación con la destreza oral y toma en cuenta distintos parámetros: su dedicación, hábito, voluntad de mejora, dificultades y emociones asociadas a su práctica, etc. El segundo tramo del cuestionario evalúa el sentir y aceptación que ha desencadenado la intervención, tanto en lo relativo a las dinámicas que suponían un escollo en la etapa observacional, como en cuanto a los materiales proporcionados *a posteriori* y, sobre todo, a raíz de la experiencia televisiva.

4. RESULTADOS

4.1. A propósito de la autoevaluación

Acerca del gusto por la comunicación del alumnado, un 50 por 100 de la muestra revela una dificultad notable para expresarse, haciendo hincapié en su condición reservada y en el temor derivado de los errores que pueden surgir en la comunicación. Un 36,4 por 100, en cambio, supedita dicha inercia voluntaria a la buena sintonía existente con el profesorado. Apenas un 13,6 por 100 muestra seguridad en la práctica comunicativa. En cuanto a los contextos de uso de la lengua, se aprecia una limitación circunscrita, principalmente, al ámbito universitario en el tiempo de aula, tal y como refrenda un 45,5 por 100 de los aprendientes. Un 27,3 por 100, por su parte, manifiesta su deseo de tener un mayor número de oportunidades de habla, pero la condición no inmersiva de

³¹ Diez puntos adicionales sobre el total. En la RPC, el puntaje de trabajos, exámenes, etc., se realiza sobre 100.

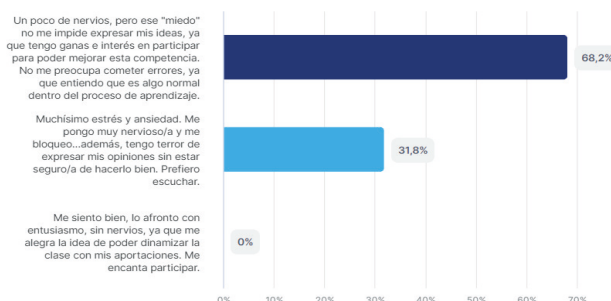
la lengua en el país dificulta estrechar lazos con hispanohablantes. Entre tanto, un 22,7 por 100 afirma tener contacto con amistades virtuales y, tan solo, un 4,5 por 100 tiene trato presencial fuera del campus.

En cuanto al tiempo de uso de la destreza oral, un 45,5 por 100 entrena esta habilidad menos de una hora por semana, seguido de un 36,4 por 100 que, al menos, la pone en práctica durante una hora. El 18,1 por 100 restante trabaja con ella entre dos y cinco horas. Esta falta de hábito, como afirma un 31,8 por 100 de los encuestados, viene marcada por distintas razones: una de ellas es la distancia lingüística: «mi nivel de lengua me impide expresarme con fluidez y, cuando lo hago, supone un esfuerzo muy grande». Otra es la cultural, como arguye el 22,7 por 100: «no me atrevo a hablar con desconocidos, me cuesta socializar, etc».

En lo que se refiere a la competencia oral del alumnado, el 68,2 por 100 reconoce no estar conforme con su nivel, pero muestra su deseo de mejora. Un 27,3 por 100, por otro lado, adopta una postura más crítica, achacando su estancamiento a una implicación baja. Parte de este compromiso, según explica el 22,7 por 100 del alumnado, es más significativo cuando existe una motivación extrínseca relacionada con la obtención de una pasantía, una beca o la obtención de una certificación de lengua como el DELE o el SIELE.

En relación con las emociones negativas vinculadas al empleo de las distintas destrezas, la expresión e interacción orales se erigen como las más ansiógenas, con un 51 por 100. Al categorizar qué sensaciones experimentan los aprendientes en el ejercicio de discursos e interacciones orales públicas, un tercio de los informantes tilda como «terrorífica» esa tipología de situaciones. La tabla 1 recoge dicho sentir:

TABLA 1. ¿QUÉ SENSACIÓN O EMOCIÓN EXPERIMENTAS AL HABLAR ESPAÑOL EN PÚBLICO?



Este estado se ve agravado cuando el alumnado se dispone a conocer a nuevo profesorado nativo. Así lo asevera el 40 por 100 de la

muestra: «me genera estrés, debido a su acento, su ritmo, su metodología didáctica, sus materiales docentes. Me siento paralizado/a porque no tengo confianza con él/ella». En el otro extremo, con un 60 por 100, se hallan aquellos que muestran entusiasmo e ilusión por la posibilidad de practicar la lengua.

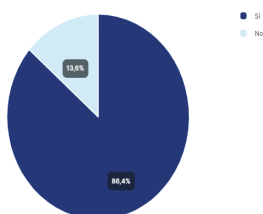
4.2. A propósito de la intervención didáctica

En lo relativo a la introducción de dinámicas rompehielos para fomentar un clima positivo: el 54,5 por 100 aplaude su inclusión: «a través de ellas me sentí cómodo/a y más relajado/a». Otro 22,7 por 100 aprecia su función: «[...] ayudaron, aunque nunca había reflexionado antes sobre los beneficios de implementar este tipo de actividades previas». El 22,7 por 100 final, pese a valorar su pertinencia, incide en seguir siendo insuficiente: «todavía tenía miedo a expresarme en público porque necesitaba más confianza». En lo que respecta a las adaptaciones didácticas, afectivas y metodológicas ejecutadas por el profesorado para mejorar el ambiente de clase y, así, lograr una participación menos temerosa, el 86,4 por 100 respalda su impacto beneficioso, tal y como se observa en la figura 2.

En este sentido, el 40,9 por 100 del grupo atestigua haber disfrutado mucho del ambiente y de haberse adaptado sin problemas al enfoque comunicativo. Un 50 por 100 resalta su comodidad, aun trabajando con una metodología a la que están poco habituados. En menor representación, el 9,1 por 100 restante destaca la proximidad y la familiaridad de los materiales, pero expresa su disconformidad por la presencia de una metodología no tradicional.

FIGURA 2. ¿HAN SIDO ÚTILES LAS ADAPTACIONES AFECTIVAS, METODOLÓGICAS Y DIDÁCTICAS EMPLEADAS POR EL PROFESORADO PARA AYUDARTE A SENTIRTE CÓMODO Y, ASÍ, PARTICIPAR SIN MIEDO?

19. ¿Crees que la actitud del profesor en clase, la metodología seguida o los materiales didácticos utilizados, etc. te han ayudado a sentirte cómodo/a para participar sin miedo?



De manera más particular, y acerca de la posible elección de un aspecto cultural de la realidad china con el fin de eliminar una de las dificultades de la lengua oral mencionadas en la literatura, el 63,6 por 100 afirma lo mucho que le ayudó en el proceso: «no siempre tenemos la oportunidad de usar el español para mostrar una parte de nuestra esencia. La idea de mostrar mi propia cultura me anima a expresarme en español». El 36,4 por 100 restante, si bien destaca su función positiva, subraya la dificultad del proceso de elaboración del programa. A pesar de ello, más del 90 por 100 ensalza su condición motivadora e interesante: «en la carrera de español no acostumbramos a hacer este tipo de actividades. Fue un recuerdo inolvidable con mis compañeros. Me gustaría mucho repetir, aunque tomó bastante tiempo de preparación»; «usé el idioma que estudio de una forma divertida». Entre los argumentos que se recogen para alabar sus beneficios se hallan tres principalmente: 1) «se trata de una tarea significativa, cercana al mundo real. Además, el hecho de trabajar la lengua de una manera desenfadada y lúdica, en directo, en un entorno auténtico de mi cultura, me ayuda a inspirarme y a sentirme bien» (50 por 100); 2) «la posibilidad de trabajar con mis compañeros/as fuera de clase, poniendo en práctica la lengua de estudio de un modo completamente diferente es una experiencia tan desafiante como innovadora» (36,4 por 100); 3) «me apasiona el mundo de la edición digital, las TIC y el *vlogging*, de modo que este tipo de retos me permiten imitar a mis *influencers* favoritos» (9,1 por 100).

Otro de los ítems que aparecen en el cuestionario tiene que ver con si se ha producido, o no, un cambio en el alumnado en su relación con el uso de la destreza productiva oral tras la grabación del episodio. Un 77,3 por 100 afirma que sí: «ha aumentado mis ganas de utilizar mi español de una forma práctica. También ha rebajado mi nivel de estrés a la hora de enfrentarme a una cámara o a una situación comunicativa de estas características». Mientras tanto, el 22,7 por 100 en falta manifiesta que: «este tipo de actividades son entretenidas y aumentan mi motivación a corto plazo, sin embargo, dudo que cambie mi actitud hacia la expresión oral en español».

Para terminar, se solicita al alumnado verter un pequeño testimonio acerca de su función como reporteros del programa. Se adjuntan algunas de sus opiniones:

— Testimonio 1: «La tarea fue muy divertida. Me aportó muchas cosas y, en especial, una oportunidad para usar el español que aprendí en clase y colaborar con mis compañeros. Me gusta mucho vincular los conocimientos aprendidos en el aula con la vida real».

— Testimonio 2: «Fue muy divertido. Me ayuda a practicar el español».

— Testimonio 3: «Este programa es muy interesante, y a mí me encanta hacer vídeos, por eso, la idea de *Estudiantes de español por el mundo* es divertida para mí».

— Testimonio 4: «Creo que esto ha ayudado a mejorar mi nivel de español, y estas actividades compensan la deficiencia de aprender español en un país extranjero sin un entorno lingüístico».

5. DISCUSIÓN

En cuanto a las valoraciones arrojadas por el alumnado respecto a su relación con la destreza productiva oral (actitud, uso, contextos, nivel y emociones asociadas), se corrobora la vigencia que la tradición cultural ostenta en el marco del aula. El miedo al error cuenta con una sombra demasiado alargada que entorpece el dinamismo deseable en una asignatura que exige intervenciones constantes para sistematizar el manejo de su destreza. Dicha inseguridad, por otra parte, encuentra una dificultad añadida debido al escaso contacto de los aprendices con hablantes nativos y a la bajísima exposición de un input tan escaso, como inconsistente.

De igual forma, resulta interesante realizar un apunte acerca de aquellos aprendientes que son conscientes del margen de mejora del que disponen, pero que no están lo suficientemente motivados para lograrlo. Esta tendencia, abordada por autores como Suen³², se alinea con un principio extensamente tratado en la literatura disponible: el pragmatismo chino según el cual la enseñanza se orienta hacia el fin, y no hacia al proceso. Al hilo de esta idea, es preciso recordar que en el examen EEE-4³³ no existe ningún tipo de prueba en la que el alumnado sea evaluado en la expresión e interacción oral, como recogen De la Fuente y Wei³⁴. De igual forma, el escaso valor de la asignatura, de tan solo un crédito, por los cinco de Lectura Intensiva³⁵, inevitablemente restan protagonismo (y dedicación) a su tratamiento tanto en el propio plan de estudios, como fuera del aula.

Con respecto al resultado de la intervención realizada (uso de dinámicas rompehielos, diseño, facilitación de una UD estructurada y propuesta de reto televisivo afín a su conocimiento sociocultural), destaca el logro de haber generado un ambiente apropiado para contrarrestar las desavenencias inherentes al choque cultural. En este sentido, llama la atención la sorpresa manifestada por parte del alumnado acerca de

³² Hoi SUEN (2005).

³³ Examen nacional de evaluación del nivel de lengua española de los aprendientes que cursan estudios de licenciatura en la RPC. Se realiza al término del segundo curso y es obligatorio. Su resultado tiene impacto a la hora de conseguir un empleo en el país.

³⁴ Isabel DE LA FUENTE COBAS y Nisi WEI (2017).

³⁵ Asignatura centrada en el aprendizaje de la gramática castellana.

la inclusión de actividades previas de índole afectiva, lo que denota su condición remota en otras asignaturas. Asimismo, se aprecia una gran capacidad de adaptación del grupo participante, que muestra una acogida excepcional a los materiales y a las tareas comunicativas propuestas. Parte de este éxito radica, sin duda, en la adaptación llevada a cabo a la hora de gestionar los tiempos de preparación y, sobre todo, en la evitación de aquellas prácticas referidas en la fase observacional que suscitaban *shock*. A pesar de no contar con el beneplácito unánime de todo el grupo, el resultado es muy satisfactorio.

Poniendo el foco en el reto audiovisual final, con independencia de la innovación que subyace al formato del producto de lengua requerido, cabe mencionar el valor que supone la integración de tópicos de la cultura china para vencer una de las dificultades que encuentra el alumnado de este país al trabajar la oralidad más allá de la barrera de la lengua. Del mismo modo, se observa que el alumnado valora muy positivamente poder trabajar con el idioma en un espacio desenfadado en el que la práctica de la oralidad y la socialización de grupo quedan perfectamente acompañadas. La excepcionalidad de la actividad, además, tiene su reflejo en la motivación del grupo que, aún con ciertas excepciones, parece encarar desde un prisma menos ansiógeno el entrenamiento de la destreza productiva oral.

6. CONCLUSIONES

En un mundo tan globalizado como el nuestro, el desarrollo de la destreza productiva oral resulta clave dentro del proceso de aprendizaje de toda lengua adicional. En el caso de la RPC, como se ha referido a lo largo de estas páginas, existen multitud de condicionantes que minimizan su aprovechamiento y dificultan el foco atencional que se le atribuye, tanto dentro como fuera del aula. Por ello, la introducción de iniciativas de innovación que supongan oportunidades que revitalicen su tratamiento en el aula se antoja una tarea ineludible para el profesorado. En este sentido, el respeto de la idiosincrasia del alumnado meta juega un papel tan importante como lo es la voluntad de materializar acciones didácticas vanguardistas. Así lo avala la acogida positiva de esta primera experiencia piloto, con la que se espera alentar la aparición de nuevas y renovadas contribuciones que bañen de luz el horizonte de los estudios de español en un emplazamiento tan prometedor como es la RPC.

7. REFERENCIAS

- BEGA, Michel (2015), «Dificultades metodológicas de los estudiantes sinohablantes de español como lengua extranjera», *Onomázein*, núm. 32, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6446299> (consultado el 12 de junio de 2024).
- BLANCO PENA, José Miguel (2011), «Principios metodológicos de la enseñanza de E/LE en contextos sinohablantes», en las *IV Jornadas de Formación de Profesores de E/LE en China, Pekín, 24-26 de junio de 2011*, Pekín, Instituto Cervantes de Pekín, pp. 60-81.
- BRICK, Jean (1991), *China: A Handbook in Intercultural Communication*, Sidney, Macquarie University.
- CÉSPEDES SUÁREZ, Carmen (2021), *Desarrollo y evaluación de la competencia intercultural en la clase de E/LE: diseño de un curso formativo de mejora*, tesis doctoral, Granada, Universidad de Granada.
- CORTÉS MORENO, Maximiano (2010), «Adaptaciones del enfoque comunicativo y de los materiales didácticos comunicativos a los alumnos chinos como estrategias de motivación», en Mariona ANGLADA ESCUDÉ (ed.), *Español para sinohablantes: Estudios, análisis y propuestas*, Jaén, Universidad de Jaén, pp. 11-42.
- DE LA FUENTE COBAS, Isabel., y Nisi WEI (2017), «Exámenes de certificación: comparación entre EEE-4, DELE B2 y SIELE», *SinoELE*, núm. 16, https://www.sinoele.org/images/Revista/16/Articulos/De-la-Fuente-Wei_SinoELE_16_2017_64-78.pdf (consultado el 12 de junio de 2024).
- DE LA FUENTE COBAS, Isabel (2019), *Propuesta de diseño curricular para los Grados de Filología Hispánica en las universidades chinas: adaptación del método e integración de destrezas*, tesis doctoral, Salamanca, Universidad de Salamanca.
- DONÉS ROJAS, Rocío (2009), «Los referentes culturales en el proceso de enseñanza/aprendizaje de ELE en China», *MarcoELE*, núm. 8, https://marcoele.com/descargas/china/dones_referentesculturales.pdf (consultado el 12 de junio de 2024).
- ELLIOT, Jhon (2005), *La investigación-acción en educación*, Madrid, Morata.
- FALERO PARRA, Francisco Javier (2016), «La ansiedad ante las destrezas orales en la clase de español lengua extranjera: una propuesta blended-learning con sinohablantes», *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, núm. 11, <https://polipapers.upv.es/index.php/rdlyla/article/view/4445> (consultado el 12 de junio de 2024).
- FALERO PARRA, Francisco Javier y Loreto GARCÍA PARDO (2016), «La ansiedad y sus manifestaciones en estudiantes de español lengua extranjera: estudio de caso en los niveles A2 y B1», en *IX Congreso de Hispanistas de Asia, Bangkok, 22-24 de enero de 2016*, Bangkok, Asociación Asiática de Hispanistas y Universidad Chulalongkorn, pp. 253-264.
- GARCÍA, Anabel y Lara MASSAGUER (2011), «La asignatura de Cultura en las aulas de E/LE de la universidad: propuestas didácticas y actividades», en *IV Jornadas de Formación de Profesores de E/LE en China. Didáctica y materiales en el aula de E/LE en China*, Pekín, 24-26 de junio de 2011, Pekín, Instituto Cervantes de Pekín, pp. 224-234.
- GIMÉNEZ DOBLAS, Nicolás (2022), *Contexto actual de la enseñanza y el aprendizaje del español en China*, Taipéi, SinoELE.

- GUO, Qishu (2020), *Análisis del componente lúdico en ELE aplicado a aprendientes chinos*, trabajo de fin de máster, Madrid, Universidad de Alcalá.
- HE, Xiaojing (2008), «El silencio y la imagen china en el aula de ELE», *Lingüística en la red*, núm. 6, https://linred.web.uah.es/articulos_pdf/LR_articulo_31102008.pdf (consultado el 12 de junio de 2024).
- HIDALGO GALLARDO, Matías., y Xiaochang YANG (2022), «Enseñar español en la China continental: de un precario inicio a un prometedor futuro», en María del Carmen MÉNDEZ SANTOS y Mar GALINDO (eds.), *Atlas del ELE: Geolingüística de la enseñanza del español en el mundo*, vol. II. Asia Oriental, Madrid, EnClave ELE, pp. 89-117.
- JIN, Lixian., y Martin CORTAZZI (1998), «Expectations and Questions in Intercultural Classrooms», *Intercultural Communication Studies*, vol.7, núm. 2.
- LATORRE BELTRÁN, Antonio (2003), *La investigación-acción. Conocer y cambiar la práctica educativa*, Barcelona, Graó.
- MANZANARES TRIQUET, Juan Carlos (2020), «El reto metodológico de enseñar ELE en contextos universitarios sinohablantes: la gamificación como técnica de innovación pedagógica», *Publicaciones*, vol. 50, núm. 3, <https://revistaseug.ugr.es/index.php/publicaciones/article/view/15132> (consultado el 13 de junio de 2024).
- MANZANARES TRIQUET, Juan Carlos, y Yuqi JIA (en prensa), «Propuesta didáctica basada en la gamificación y el ABJ para la enseñanza de la fonética del español en un contexto universitario de China», en *La enseñanza de español como lengua extranjera a través de las TIC*, Salamanca, Universidad de Salamanca.
- MARTÍNEZ RUBER, Marta (2020), «La inteligencia intrapersonal en el aula de ELE: una propuesta didáctica para alumnos sinohablantes», *Foro de Profesores de E/LE*, núm. 16, <https://ojs.uv.es/index.php/foroele/article/view/17069/17058> (consultado el 13 de junio de 2024).
- MERÍN-FERNÁNDEZ, Arantxa (2016), *Trabajo cooperativo y colaborativo a través de la aplicación Band para trabajar las destrezas orales con alumnos asiáticos*, trabajo de fin de máster no publicado, Madrid, UNED.
- MUÑOZ TORRES, Marta (2009), *La influencia del tipo de actividad en la ansiedad en alumnos chinos de español como lengua extranjera*, trabajo de fin de máster, Santander, Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- SÁNCHEZ GRIÑÁN, Alberto (2009), «Reconciliación metodológica e intercultural: posibilidades de la enseñanza comunicativa de lenguas en China», *MarcoELE*, núm. 8, https://marcoele.com/descargas/8/albertosanchez_comunicativaenchina.pdf (consultado el 13 de junio de 2024).
- SUEN, Hoi (2005), «The hidden cost of education fever: Consequences of the Keju-drive education fever in China», en Jong-Gak LEE (ed.), *Education fever in Korea, Education fever in the world: Analysis and policies*, Seoul. Ha-woo Publishing, pp. 299-334

INCIDENCIA DE ACTIVIDADES BASADAS EN ORDENADOR PARA EL APRENDIZAJE DE LAS MATEMÁTICAS EN INGENIERÍA

Ana M. MARTÍN-CARABALLO
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

Ángel F. TENORIO-VILLALÓN
Universidad Pablo de Olavide de Sevilla

1. INTRODUCCIÓN

Las Matemáticas conforman una disciplina que se incluye tradicionalmente en las titulaciones oficiales de ingeniería, pudiéndose remontar incluso al s. XIX con la refundación de las escuelas de ingeniería en España¹. De hecho, ya en ese momento se planteaba la disyuntiva sobre si las Matemáticas debían tener un enfoque más formalista y teórico o si, por el contrario, la formación en esta materia debía llevarse a cabo mediante el aprendizaje práctico y el uso de herramientas que posibilitase su uso. Es más, esta discusión suele seguir siendo habitual entre el profesorado de Matemáticas a nivel mundial y suele tener enfoques muy diversos, pero que terminan centrándose en la formación práctica del estudiantado en ingeniería^{2, 3}.

A este respecto, Rey Pastor⁴ planteó la formación matemática para ingeniería evitando el uso de esta como una simple enumeración de recetas, sino como el desarrollo de la capacidad de razonar para resolver pro-

¹ Guillermo LUSA MONFORTE (1985), p. 206.

² Avenilde ROMO-VÁZQUEZ (2014), pp. 315-317.

³ Elisa TREJO TREJO, *et al.* (2013), pp. 399-400.

⁴ Julio REY PASTOR (1929).

blemas prácticos de modo sistemático y lógico; usando procedimientos numéricos que permitan obtener estimaciones válidas para la situación estudiada en un tiempo razonable. Precisamente, este enfoque suele ser el que se emplea actualmente en ingeniería: el/la estudiante debe ser capaz de razonar para poder adaptar los conocimientos adquiridos de manera adecuada a las situaciones que se enfrenta y resolver los problemas, si no de manera exacta, sí obteniendo un valor numérico aceptable.

Este enfoque es precisamente consistente con lo expuesto en el libro blanco para el título de grado en ingeniería informática⁵, englobándose la materia de matemáticas en los contenidos formativos comunes de todas las menciones en ingeniería informática. Esto queda también reflejado en la Resolución de 8 de junio de 2009, de la Secretaría General de Universidades⁶ cuando la «[c]apacidad para la resolución de los problemas matemáticos que puedan plantearse en la ingeniería» y la «[a]ptitud para aplicar los conocimientos sobre: álgebra lineal; cálculo diferencial e integral; métodos numéricos; algorítmica numérica; estadística y optimización» se recogen dentro del módulo de formación básica de cualquier grado que se englobe en el ámbito de la ingeniería informática dentro del sistema universitario español.

Por consiguiente, el estudiantado de ingeniería debe cursar una serie de asignaturas de contenido matemático-estadístico (que no suele ser inferior a cuatro asignaturas) en el que desarrolle y adquiera las competencias necesarias para la modelización matemática, el tratamiento numérico de los problemas y el análisis estadístico de los datos. Obviamente, se tratan de asignaturas de matemáticas que requieren unos prerrequisitos básicos tanto de conocimiento como de nivel competencial en la materia que deberían haber superado tras estudiar el Bachillerato y, más concretamente, la especialidad del científico-tecnológico, que debería ser el que cursasen los estudiantes que acceden a estudios universitarios de ingeniería. Sin embargo, el nivel competencial que podemos observar en este estudiantado parece no alcanzar los mínimos adecuados para poder afrontar con éxito las asignaturas de matemáticas. A este respecto, existen múltiples referencias en la literatura que permiten ver el nivel competencial, tanto operativo como en el uso del lenguaje matemático, del estudiantado de primer curso⁷.

Si el estudiantado presenta serias carencias previas de tipo calculístico y aritmético, eso nos lleva a la cuestión de su capacidad para formular razonamientos lógicos y hacer uso de cierto nivel de abstracción que permita generalizar situaciones y problemas previamente trabajados⁸.

⁵ AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN (2005), p. 185, 219-220.

⁶ SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES (2009), p. 66704.

⁷ Ana María MARTÍN CARABALLO, *et al.* (2021 y 2023a).

⁸ Gabriel J. STYLIANIDES, *et al.* (2017)

Precisamente, estas dificultades han conllevado la introducción del uso de herramientas (especialmente las relativas a las Tecnologías de la Información y Comunicación o TIC) en su práctica docente para complementar su docencia y, en cierto grado, suplir dichas carencias en el proceso de aprendizaje de su estudiantado. Obviamente, esto último requiere de un cambio tanto en la metodología docente como en la evaluación de competencias y contenidos^{9,10}. En lo primero, enfocando definitivamente la materia a un tratamiento eminentemente práctico y basado en saber resolver problemas y situaciones aplicando las herramientas y procedimientos trabajados y, en cuanto a lo segundo, evaluando no tanto la capacidad memorística de nuestros/as estudiantes para reproducir conocimientos teóricos o problemas ya resueltos, sino planteando situaciones diversas (siempre de un nivel de dificultad similar al trabajado durante el curso) que requieran procesar y adaptar la información y aplicar razonadamente los procedimientos y algoritmos en función de la información de que disponen y de la información que quieren obtener.

Basándonos en lo anteriormente expuesto, el presente capítulo pretende mostrar y analizar cuáles han sido los efectos que han tenido en varias asignaturas de matemáticas la inclusión durante un semestre académico de actividades basadas en el uso de software computacional y de geometría dinámica para complementar la evaluación de nuestro estudiantado, de modo que nos centremos realmente en constatar su comprensión de los conceptos y procedimientos, así como su competencia para aplicar, adaptar y combinarlos a la hora de resolver situaciones o problemas que se les plantean, obviando por completo sus capacidades aritméticas u operativas. De este modo, es el propio alumnado el que podrá construir su conocimiento y adquirir las competencias de la asignatura haciendo uso del software para manipular y visualizar mejor los conceptos y procedimientos. Además, este tipo de aprendizaje es más persistente en el tiempo.

2. METODOLOGÍA

El objetivo de este estudio es analizar cuáles son los efectos que tiene la inclusión de la realización de actividades enfocadas desde el aprendizaje basado en el uso de software computacional en estudiantes de primer curso de Ingeniería. Para ello, hemos de contextualizar tanto el espacio muestral como algunas cuestiones relativas a la evaluación de las asignaturas involucradas.

Se han considerado las asignaturas Álgebra y «Métodos Matemáticos para la Ingeniería» (MMI en adelante) del primer curso del Grado en Ingeniería Informática en Sistemas de Información (GIISI en adelante)

⁹ Ana María MARTÍN CARABALLO, y Ángel F. TENORIO-VILLALÓN (2023)

¹⁰ Derling José MENDOZA, y Derling Isaac MENDOZA (2018).

impartido por la Escuela Politécnica Superior de la Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla. Ambas asignaturas están ubicadas en el segundo semestre y pertenecen al módulo de formación básica del grado.

El sistema de evaluación establecido por la normativa interna de la Universidad¹¹ permite establecer una calificación mínima del 30 % del total a las pruebas de evaluación continua hechas durante el periodo de docencia antes del examen final. Concretamente, Álgebra y MMI tienen consignados un 30 y 40 %, respectivamente. Precisamente, estas pruebas evaluativas consisten en la realización de problemas o supuestos prácticos que el/la estudiante debe solventar y que reciben por sí sola la denominación «evaluación continua» en la normativa referida. Por tanto, cuando usemos este término nos circunscribiremos a dichas actividades evaluativas. Dentro de estas actividades y de manera opcional se permitió al estudiantado realizar unas tareas adicionales que estaban centradas en el uso de software computacional específico de la disciplina de matemáticas; a saber, GeoGebra y Wolfram Mathematica®, para un tratamiento más geométrico el primero y para un tratamiento más algorítmico el segundo (ya que al estar en un grado de ingeniería debemos trabajar la competencia de los algoritmos numéricos^{12,13}. Con dichas actividades buscamos mejorar el rendimiento del estudiantado e incluso profundizar en algunos de los contenidos trabajados. Para mayor información sobre el tipo de actividades empleadas con el estudiantado, puede consultarse uno de nuestros trabajos previos¹⁴.

Queremos asimismo indicar que en el caso de la asignatura MMI la docencia y evaluación está enfocada por sí misma ya en la resolución de problemas con uso del software Wolfram Mathematica®, siendo una asignatura que se encuentra en un terreno intermedio al de la resolución computacional de problemas matemáticos y la algorítmica propiamente dicha; por lo que habrá que tener en cuenta esto en el análisis de los resultados.

2.1. Descripción de la muestra e instrumentos de recolección de datos

La selección y construcción de la muestra empleada para este estudio ha consistido en considerar el listado oficial de estudiantes que estaban matriculado en cada asignatura (Álgebra y MMI) en el curso académico 2022-2023. La fecha de consulta de dichos listados fue mediados de febrero de 2023, momento en el que el segundo semestre (que es en el que se imparten ambas) ya lleva iniciado varias semanas.

¹¹ UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE (2023), Art. 7, apdo. 2.

¹² AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN (2005), p. 185, 219-220.

¹³ SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES (2009), p. 66704.

¹⁴ Ana María MARTÍN-CARABALLO, *et al.* (2023b).

Es más, el considerar el mes de febrero evita la «desaparición» de estudiantes en las actas de calificación final, ya que el procedimiento por el que un/a estudiante puede solicitar la anulación de su matrícula finaliza el 31 de enero del año en curso, salvo casos de fuerza mayor (siendo entonces la fecha el 15 de mayo)¹⁵.

Con esta información, contamos con 123 estudiantes para analizar los resultados de asignatura Álgebra y de 165 para el caso de MMI. De este modo, usaremos la población total de estudiantes matriculados/as en cada asignatura. Aunque no es relevante para este estudio, indicar que la intersección de ambas poblaciones resulta en una muestra de 116 estudiantes, siendo este el número de estudiantes matriculados/as en ambas asignaturas. Como todas las muestras indicadas superan sobradamente la centena de individuos, estas permiten obtener información estadística que sea significativa.

Con respecto al estudiantado que realizó las actividades opcionales a resolver con ordenador (que llamaremos «tareas» para diferenciarlas del resto de las actividades englobadas en la «evaluación continua»), este alcanzó el número de 58 en Álgebra y de 61 en MMI; o traducidos en porcentajes un 47,15 % y 36,97 % de las muestras poblacionales, respectivamente. En la tabla 1 pueden verse los porcentajes de estudiantes con calificación codificada como «Aprobado» (incluye este código también las calificaciones de «Notable» y «Matrícula de Honor» cuando estas existen), «Suspense» y «No presentado» en las dos asignaturas, pero sin tener en cuenta la realización de las «tareas». Para codificar la convocatoria del curso académico para la que se está analizando las calificaciones, hemos utilizado «1C» para la convocatoria de curso o primera convocatoria y «2C» para la convocatoria de recuperación o segunda convocatoria.

TABLA 1. PORCENTAJE DE ESTUDIANTES CODIFICADOS COMO APROBADO, SUSPENSO Y NO PRESENTADO PARA LAS ASIGNATURAS DE ÁLGEBRA Y MMI EN EL CURSO 2022-2023

	Álgebra		MMI	
	1C	2C	1C	2C
No presentado	20,33%	44,87%	47,27%	52,86%
Suspense	43,09%	34,62%	37,58%	10,00%
Aprobado	36,59%	20,51%	15,15%	37,14%

Fuente: elaboración propia.¹⁶

¹⁵ UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE (2021), Art. 12.

¹⁶Precisamente, la información de las calificaciones obtenidas por cada estudiante en cada convocatoria se ha recuperado de las actas de calificación de ambas convocatorias para el curso

2.2. Investigación cuantitativa

Para procesar los datos que nos permitan realizar el análisis descriptivo que sigue a continuación hemos empleado el software Microsoft Excel (para organizar datos y crear variables) y el paquete estadístico IBM SPSS (para, tras importar los datos y variables anteriores, realizar el pertinente tratamiento estadístico).

Comenzamos el estudio estadístico realizando un test t de Student para comprobar si existe diferencia de medias entre las calificaciones del estudiantado que ha realizado las «tareas» y quienes no la realizaron en relación con las calificaciones obtenidas para la primera convocatoria del curso 2022-2023.

La tabla 2 muestra los resultados con la muestra trabajada para la asignatura Álgebra. Como el p-valor tiene un valor de $1,33756\text{E}-16$ (que es menor que 0,05), podemos aceptar como hipótesis la existencia de diferencias de medias. De hecho, observamos que el alumnado que realizó las «tareas» obtiene mejores calificaciones que aquel que no las realizó. Esto se observa porque la media supera la calificación de 5 puntos para quienes las realizaron y no llega a 2 para quienes no lo hicieron. Es más, incluso la dispersión (medida con la varianza) de esta calificación como valor central también muestra diferencias significativas. La varianza para quienes realizaron las «tareas» es ligeramente superior a 2 puntos, menos de la mitad de la varianza para quienes no la realizaron.

Continuamos con la asignatura de Álgebra, pero considerando ahora la segunda convocatoria del curso 2022-2023. Los resultados pueden observarse en la tabla 3. En este caso, nuevamente el p-valor es más pequeño que 0,05 (más concretamente, su valor es de 0,00049946), por lo que nuevamente podemos asumir la existencia de diferencia de medias entre las calificaciones en la segunda convocatoria entre el estudiantado que realizó las «tareas» y el que no. Al contrario de lo que acontecía en la primera convocatoria, la diferencia entre las medias se reduce significativamente, aunque sigue siendo de dos puntos. Asimismo, si se observa que la dispersión (varianza) es similar en ambos casos. Queremos hacer notar que esto es, en buena parte, debido a que la mayoría del estudiantado que realizó las «tareas» había superado la asignatura en la primera convocatoria del curso.

2022-2023, así como el registro con todas las calificaciones de las actividades realizadas durante la «evaluación continua» (incluidas las «tareas») por parte del equipo docente de cada asignatura. A excepción de estos registros generados por los equipos docentes, el resto de instrumentos que se han empleado para recopilar los datos empleados en este estudio corresponde a documentación oficial de la Universidad que está volcada en las bases de datos que empleamos los equipos docentes en el desempeño de nuestras funciones. Obviamente, la información está anonimizada, codificando cada estudiante.

TABLA 2. CALIFICACIONES DE LA 1.^a CONVOCATORIA DEL CURSO DE ÁLGEBRA

	Sin tareas en 1C	Con tareas en 1C
Media	1,986153846	5,05517241
Varianza	4,229024038	2,02356927
Observaciones	65	58
Estadístico t	-9,707465845	
P(T<=t) una cola	6,68781E-17	
Valor crítico de t (una cola)	1,658329969	
P(T<=t) dos colas	1,33756E-16	
Valor crítico de t (dos colas)	1,980992298	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS, al aplicar el test t de Student para dos pruebas con diferente varianza, comparando entre el estudiantado que realizó las tareas y el que no.

Analizadas ambas convocatorias para la asignatura de Álgebra, procedemos a hacer lo propio para la asignatura de MMI. En el caso de la primera convocatoria, podemos consultar la información recogida en la tabla 4. Como en los dos casos previos, el p-valor es de 7,3204E-18 y, por tanto, menor que 0,05. Por tanto, volvemos a aceptar la hipótesis de existencia de diferencias de medias. Esto podemos observarlo en el hecho que el estudiantado que realizó las «tareas» también obtuvo mejores calificaciones en esta asignatura que el que optó por no realizarlas. Aunque la media de las calificaciones del estudiantado que realizó las «tareas» es significativamente superior que quienes no la realizaron, en esta ocasión esta media no alcanza el valor de 5 (correspondiente a superar la asignatura), pese a que la diferencia de medias es mucho mayor de lo que ocurría para la asignatura Álgebra en esta misma convocatoria. Asimismo, hay que hacer notar que la dispersión (varianza) es significativamente alta para las calificaciones del estudiantado que realizó las «tareas» y, de hecho, superior al valor de la media. Por consiguiente, las calificaciones del estudiantado que realizó las «tareas» se separan de manera notable respecto de la media y, por tanto, no están tan concentrados los valores como pasaba en la primera convocatoria de la asignatura Álgebra.

TABLA 3. CALIFICACIONES DE LA 2.^a CONVOCATORIA DEL CURSO DE ÁLGEBRA

	Sin tareas en 2C	Con tareas en 2C
Media	1,55090909	3,56086957
Varianza	4,32513805	4,6643083
Observaciones	55	23
Estadístico t	-3,7887727	
P(T<=t) una cola	0,00024973	
Valor crítico de t (una cola)	1,68385101	
P(T<=t) dos colas	0,00049946	
Valor crítico de t (dos colas)	2,02107539	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS, al aplicar el test t Student para dos pruebas con diferente varianza, comparando entre el estudiantado que realizó las tareas y el que no.

Concluimos esta sección, analizando los resultados en la segunda convocatoria del curso para la asignatura MMI y cuyos datos podemos encontrar en la tabla 5. Como en los casos anteriores, hemos de asumir la existencia de diferencia entre las medias de calificaciones y nuevamente esta diferencia es significativa como ocurría en la primera convocatoria. En el caso del estudiantado que realizó las «tareas», la media es muy superior que el que no las realizó. Asimismo, esa media es ligeramente inferior que en la primera convocatoria para los/as primeros/as y similar para los/as segundos/as. Asimismo, también se observan diferencias en la dispersión respecto de la media ya que la varianza es casi el doble en el estudiantado que realizó las «tareas» que en el que no; pero, al contrario de lo que pasaba en la primera convocatoria, el valor de la varianza es similar al de la media por lo que está más concentrado con respecto al valor medio.

De nuevo existe una diferencia significativa entre las calificaciones de la segunda convocatoria de aquellos alumnos que un no aprobando en primera convocatoria realizaron la tarea opcional y aquellos que no lo hicieron. No obstante, hemos de contextualizar este hecho con lo siguiente: el número de estudiantes que no realizaron las «tareas» y debían presentarse a la primera convocatoria era de 103 disminuyendo a 100 para la segunda convocatoria; por el contrario, en primera convocatoria debían presentarse 62 estudiantes que sí las realizaron y solo 40 debían presentarse en segunda convocatoria.

TABLA 4. CALIFICACIONES DE LA 1.^a CONVOCATORIA DEL CURSO DE MMI

	Sin tareas en 1C	Con tareas en 1C
Media	0,61747573	4,03870968
Varianza	1,64008376	5,09650978
Observaciones	103	62
Estadístico t	-10,921773	
P(T<=t) una cola	3,6602E-18	
Valor crítico de t (una cola)	1,6629785	
P(T<=t) dos colas	7,3204E-18	
Valor crítico de t (dos colas)	1,98826791	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS, al aplicar el test t Student para dos pruebas con diferente varianza, comparando entre el estudiantado que realizó las tareas y el que no.

TABLA 5. CALIFICACIONES DE LA 2.^a CONVOCATORIA DE CURSO DE MMI

	Sin tareas en 2C	Con tareas en 2C
Media	0,754	3,35
Varianza	2,14291313	3,27846154
Observaciones	100	40
Estadístico t	-8,0735402	
P(T<=t) una cola	1,8356E-11	
Valor crítico de t (una cola)	1,67064886	
P(T<=t) dos colas	3,6712E-11	
Valor crítico de t (dos colas)	2,00029782	

Fuente: elaboración propia a partir de los datos obtenidos en SPSS, al aplicar el test t Student para dos pruebas con diferente varianza, comparando entre el estudiantado que realizó las tareas y el que no.

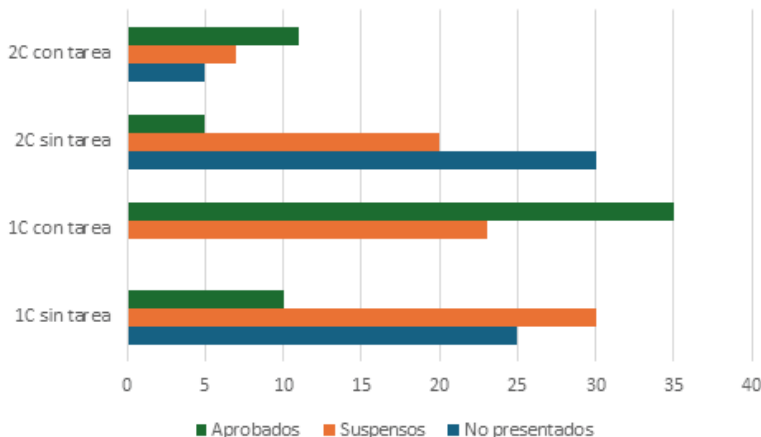
3. RESULTADOS

Como hemos podido observar en la sección anterior, la calificación del estudiantado que realizó las «tareas» es significativamente superior que la de aquel que no la realizó en ambas asignaturas. Es más, el rendimiento y tasa de éxito en dichas asignaturas en la primera convocatoria es significativamente superior para quienes realizaron esas «tareas» frente a quienes optaron por no entregarlas. Concretamente, en la asignatura Álgebra, observamos que el número de estudiantes codificados/as como

«Aprobado» en la primera convocatoria del curso es 45, siendo 35 los/as estudiantes que realizaron las «tareas». Esto supone que el número de estudiantes que superan la asignatura están en una proporción 1 a 3 a favor de quienes realizaron las «tareas» basadas con el ordenador. De hecho, más de la mitad del estudiantado que las realizó superó la asignatura en esa primera convocatoria frente a algo menos del 10% en el caso del estudiantado que no las trabajó y entregó. Es más, todo el estudiantado que entregó las «tareas» se presentó a la primera convocatoria de la asignatura, mientras que 25 de los que no la entregaron (esto es, más del 38% de estos/as estudiantes) optaron por no presentarse. Estos datos vuelven a ser similares en la segunda convocatoria de la asignatura en la que un 48% del estudiantado que entregó las «tareas» aparece codificado como «Aprobado» frente a un 30% de esta tipología de estudiantes que no superaron la asignatura tampoco en esta convocatoria. En el caso del estudiantado que no entregó las «tareas», más de la mitad no se presentaron a la segunda convocatoria y del 45,5% restante que sí se presentó, no superó la asignatura ni una cuarta parte de los presentados. En consecuencia, podemos inferir que en la asignatura Álgebra sí se observa una incidencia significativa y de carácter positivo por la realización de las «tareas» en relación con la superación de la asignatura. Los datos de cada codificación de las calificaciones por convocatoria y desagregados entre estudiantes entregando o no entregando las «tareas» podemos observarla en la figura 1.

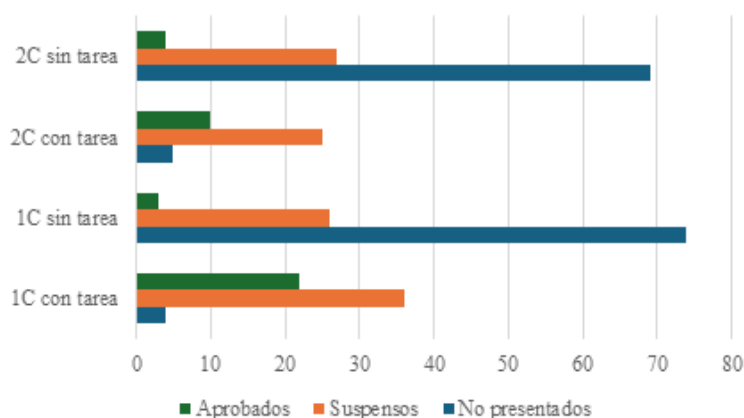
FIGURA 1

Si consideramos ahora la asignatura MMI, podemos observar que ahora son 25 los/as estudiantes que aparecen con la calificación codificada como «Aprobado» en la primera convocatoria, siendo 22 los/as que habían realizado las «tareas». Eso supone que la práctica totalidad



de estudiantes que superaron la asignatura en esa convocatoria realizaron las tareas, siendo la proporción en MMI mayor que la observada en Álgebra. Asimismo, si se observa el número de estudiantes con la codificación «No presentado» en esta convocatoria, su porcentaje es residual en el caso de quienes entregaron las «tareas» y elevadísimo entre quienes no las realizaron, superando el valor de 70 estudiantes y suponiendo casi un 45% de todo el espacio muestral para esta primera convocatoria de la asignatura MMI. Si nos centramos ahora en la segunda convocatoria de la asignatura, la situación es análoga en el estudiantado que presentó las «tareas» con la salvedad de que la proporción de estudiantes en esta tipología ahora no alcanza la mitad de la misma y se reduce a una tercera parte. No obstante, como ocurría en la primera convocatoria, el número de estudiantes con codificación de «No presentado» es residual dentro de la tipología y, más aún, comparándolo con el de estudiantes que no entregaron las «tareas», ya que estos últimos se mueven en los mismos valores que en la primera convocatoria. Basándonos en lo expuesto anteriormente, podemos inferir igualmente En consecuencia, podemos inferir de nuevo una incidencia significativa y de carácter positivo por la realización de las «tareas» en relación con la superación de la asignatura MMI. Los datos de cada codificación de las calificaciones por convocatoria y desagregados entre estudiantes entregando o no entregando las «tareas» podemos observarla en la figura 2.

FIGURA 2



No queremos dejar de reflejar que, observando las figuras 1 y 2 se hace patente que la incidencia de la realización de «tareas» con ordenador ha tenido una mayor incidencia en la asignatura MMI que en Álgebra. Esto puede deberse a que, como indicamos al comienzo de

la sección 2, la asignatura MMI tiene un tratamiento computacional y entronca con las asignaturas sobre algorítmicas propias de los grados en ingeniería informática, por lo que el uso de software está más intrincado y asumido por el estudiantado.

4. CONCLUSIONES

En el presente capítulo hemos analizado el rendimiento de nuestro estudiantado en las asignaturas Álgebra y MMI en el curso 2022-2023 teniendo en consideración si se realizaron por parte de este una serie de «tareas» consistente en la resolución de problemas con el uso del software GeoGebra y Wolfram Mathematica.

Hemos constatado la incidencia significativa y positiva que tuvo la realización de dichas «tareas» con respecto a la superación de cada una de las asignaturas por parte del estudiantado, observando una proporción claramente favorable hacia la presentación de las mismas en el número de estudiantes con calificación codificada como «Aprobado». Asimismo, se observa una mayor incidencia en el caso de la asignatura MMI en la que la práctica totalidad de estudiantes que superaron la asignatura habían optado por realizar las «tareas» y, de hecho, todo el estudiantado que las realizó se presentó a la primera convocatoria de la asignatura.

En consecuencia, creemos que trabajar con actividades cuya resolución se sustenta en el uso de software específico de la disciplina de matemáticas puede ser un recurso a tener en consideración para facilitar la comprensión y visualización de los conceptos y procedimientos trabajados con nuestro estudiantado en las distintas asignaturas de cualquier grado en ingeniería, permitiéndonos centrar la evaluación en dicha comprensión y en la aplicación competente de los procedimientos, dejando en segundo plano las carencias aritméticas y operativas que trae nuestro estudiantado (aunque hemos igualmente de trabajarlas para conseguir que, en la medida de lo posible, reduzcan o superen dichas carencias).

5. REFERENCIAS

- AGENCIA NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD Y ACREDITACIÓN (2005). *Libro Blanco: Título de Grado en Ingeniería Informática*, Madrid, ANECA.
- LUSA MONFORTE, Guillermo (1985). «Las matemáticas en la ingeniería: la obra de Rey Pastor», en M. ESPAÑOL GONZÁLEZ (ed.), *Actas del I Simposio sobre Julio Rey Pastor*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos, pp. 205-220.
- MARTÍN-CARABALLO, Ana María, et al. (2021). «Competencias matemáticas básicas del alumnado de nuevo ingreso en Ciencias Económicas y Empresariales: análisis comparativo para el periodo 2014-2019», en Begoña MEDINA GÓMEZ, et al. (eds.), *Contenidos de vanguardia en el EEES*, Madrid, Ediciones Pirámide, pp. 199-212.
- (2023a). «¿Existen factores previos en el alumnado universitario de nuevo ingreso que pudieran explicar sus dificultades y carencias competenciales en matemáticas?», en África MARTOS MARTÍNEZ, et al. (eds.), *Innovación docente e investigación en ciencias sociales, económicas y jurídicas: nuevas tendencias para el cambio en la enseñanza superior*, Madrid, Dykinson, pp. 543-558.
- (2023b). «El uso de software computacional para vertebrar actividades docentes innovadoras enfocadas en el aprendizaje autónomo y significativo», en Rocío GUEDE CID, et al. (eds.), *Innovación docente y metodologías activas de enseñanza. Propuestas y resultados*, Madrid, Dykinson, pp. 46-66.
- MARTÍN-CARABALLO, Ana María, y TENORIO-VILLALÓN, Ángel F. (2023). «La dualidad de trabajar un problema matemático desde una perspectiva puramente formal frente a una alternativa computacional: dificultades a afrontar por el alumnado de Ingeniería», en Bartolomé Pizà, et al. (eds.), *Viaje didáctico por el cuerpo y la mente: experiencia desde la abstracción científico-matemática a la educación física*, Madrid, Dykinson, pp. 731-750.
- MENDOZA, Derling José, y MENDOZA, Derling Isaac (2018). «Information and Communication Technologies as a Didactic Tool for the Construction of Meaningful Learning in the Area of Mathematics», *International Electronic Journal of Mathematics Education*, vol. 13, num. 3, pp. 261-271.
- REY PASTOR, Julio (1929). *Curso de Cálculo Infinitesimal*, 2.^a ed. Buenos Aires.
- ROMO-VÁZQUEZ, Avenilde (2014). «La modelización matemática en la formación de ingenieros», *Educación Matemática*, vol. 26, núm. especial 25 años, pp. 314-338.
- SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES (2009). «Resolución de 8 de junio de 2009, de la Secretaría General de Universidades, por la que se da publicidad al Acuerdo del Consejo de Universidades, por el que se establecen recomendaciones para la propuesta por las universidades de memorias de solicitud de títulos oficiales en los ámbitos de la Ingeniería Informática, Ingeniería Técnica Informática e Ingeniería Química», *Boletín Oficial del Estado*, vol. 2009, núm. 187, pp. 66699-66710.
- STYLIANIDES, Gabriel J., et al. (2017). «Research on the teaching and learning of proof: Taking stock and moving forward», en J. CAI (ed.), *Compendium for research in mathematics education*, Reston, National Council of Teachers of Mathematics, pp. 237-266.

- TREJO TREJO, Elia, *et al.* (2013) «Las matemáticas en la formación de un ingeniero: la matemática en contexto como propuesta metodológica», *Revista de Docencia Universitaria*, vol. 11, núm. especial, pp. 397-424.
- UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE (2021). «Normativa de matrícula oficial de grado de la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla», *Boletín de la Universidad Pablo de Olavide*, vol. 2021, núm. 6 [<https://www.upo.es/system/modules/com.saga.upo.sedelectronica.frontend/handler/download-alfresco-document.pdf?ref=bb915507-d326-4224-a43c-7b1c9285735e>] (recuperado 13 de junio de 2024)].
- UNIVERSIDAD PABLO DE OLAVIDE (2023). «Normativa de evaluación de estudiantes de grado de la Universidad Pablo de Olavide» (versión consolidada), *Boletín de la Universidad Pablo de Olavide*, vol. 2023, núm. 7 [https://www.upo.es/upo_opencms/export/sites/upo/Galerias/Descargas/InfoEstudiantes/REVFINAL_ACG_27may_2014_p6_v4_.pdf] (recuperado 13 de junio de 2024)].

(RE)OLHAR A CONJUGALIDADE NA TRANSIÇÃO PARA A PARENTALIDADE

Cristina ARAÚJO MARTINS

Universidade do Minho

Escola Superior de Enfermagem

Unidade de Investigação em Ciências da Saúde:

Enfermagem (UICISA: E)

Centro de Investigação em Enfermagem

1. INTRODUÇÃO

O nascimento de um filho é um acontecimento importante e alegre para muitas pessoas, mas também repleto de desafios^{1,2}. Exige um processo de adaptação intenso e transformador, que altera o autoconceito, os papéis sociais e as rotinas diárias, podendo afetar os recursos interpessoais³ e colocar pressão nas relações conjugais. Mesmo que circunscrito a uma transição normativa, esperada dentro do ciclo de vida familiar, não deixa de representar uma crise desenvolvimental, que envolve muitos ajustes e sentimentos no casal⁴.

Os membros do casal têm de redefinir expectativas e interações⁵, se ajustar aos novos papéis enquanto pais e lidar com o aumento das responsabilidades e a privação de sono característicos da parentalidade⁶. Muitas vezes, sentem-se sobrecarregados no exercício do papel

¹ Ionela BOGDAN *et al.* (2022).

² Esther S. KLUWER *et al.* (2010).

³ Darby SAXBE *et al.* (2018).

⁴ Simon GHINASSI *et al.* (2021).

⁵ Brian D. DOSS y Galena K. RHOADES (2017).

⁶ Mila KINGSBURY *et al.* (2023).

parental e sem tempo para cuidar de si próprios e da relação conjugal^{7, 8}. Experimentam stress e perturbação emocional na adaptação às novas funções⁹, que podem traduzir-se em menor satisfação conjugal.

O declínio na satisfação conjugal durante a transição para a parentalidade tem sido amplamente descrito na literatura. Uma meta-análise realizada sobre o tema evidencia um declínio significativo e abrupto até ao primeiro ano pós-parto, embora a diminuição seja sentida desde a gravidez e se prolongue durante o segundo ano de exercício parental¹⁰.

Tornar-se pai ou mãe associa-se a mudanças negativas na qualidade do relacionamento, quer em termos de comunicação e aumento de conflitos, quer de redução do compromisso e satisfação^{11, 12}. A evidência científica também confirma uma associação negativa entre o stress parental e a satisfação conjugal^{13, 14}, que é bidirecional¹⁵, assim como mostra que a autoeficácia parental influencia a satisfação no relacionamento e, consequentemente, a satisfação conjugal¹⁶.

O bem-estar sexual pode, igualmente, ser afetado durante a transição para a parentalidade. Uma revisão sistemática de revisões indica um declínio na função sexual no pós-parto, com uma melhoria gradual nos primeiros seis meses¹⁷. O aumento do sofrimento sexual e a diminuição da satisfação sexual associam-se ao declínio da qualidade do relacionamento do casal¹⁸.

A literatura sinaliza a transição para a parentalidade como um dos períodos de vida mais vulneráveis para as relações dos casais^{19, 20}. Admite, por um lado, que possa aproximar os casais, fortalecendo o seu vínculo e desenvolvendo uma parceria mais sólida, mas também ressalva que pode ser uma experiência difícil, com potencial para separá-los.

A importância de um bom relacionamento durante a transição para a parentalidade é demonstrada pelo impacto substancial que pode ter na saúde mental de pais/mães^{21, 22} e no comprometimento da sua partici-

⁷ Júlia M. N. CARVALHO *et al.* (2017).

⁸ Amy DELICATE *et al.* (2018).

⁹ Cristina A. MARTINS (2019).

¹⁰ Ionela BOGDAN *et al.* (2022).

¹¹ Brian D. DOSS y Galena K. RHOADES (2017).

¹² Esther S. KLUWER *et al.* (2010).

¹³ Patty X. KUO y Victoria J. JOHNSON (2021).

¹⁴ Martina ZEMP *et al.* (2017).

¹⁵ Marie DESCHÊNES *et al.* (2023).

¹⁶ Roxana CHIS *et al.* (2022).

¹⁷ Pietro GRUSSU *et al.* (2021).

¹⁸ Natalie O. ROSEN *et al.* (2021).

¹⁹ Esther S. KLUWER *et al.* (2010).

²⁰ Erin L. RAMSDELL y Rebecca L. BROCK (2021).

²¹ Bárbara FIGUEIREDO *et al.* (2018).

²² Douglas M. TETI *et al.* (2017).

pação na criação dos filhos²³. Pode ter, ainda, repercussões no próprio processo de socialização da criança, afetando o seu desenvolvimento^{24, 25}. Filhos de relacionamentos satisfatórios alcançam níveis mais elevados de escolaridade e demonstram maior capacidade de ajustamento²⁶. Em contrapartida, crianças expostas a altos níveis de conflitos interparentais tendem a desenvolver mais problemas internalizantes e externalizantes no futuro²⁷.

Este estudo procurou compreender a experiência de transição para o exercício da parentalidade durante os primeiros seis meses de vida da criança, explorando respostas parentais de interação conjugal. Constitui um recorte de uma investigação mais alargada.

2. METODOLOGIA

Estudo de Grounded Theory alicerçado nos pressupostos da investigação qualitativa e da corrente teórica do interacionismo simbólico, que enfatiza a mediação da interação humana através de símbolos e significados. Esta opção metodológica é justificada pela sua particular adequação em investigar fenómenos psicossociais, como é o caso da transição para a parentalidade, que necessitam de teorização e desenvolvimento de conhecimento acerca do seu processo e estrutura; e por permitir desocultar complexos e emaranhados detalhes dos fenómenos (tais como, sentimentos, processos de pensamento e emoções), que, habitualmente, são difíceis de captar e compreender por meio de métodos de investigação mais convencionais²⁸.

A recolha de dados foi conduzida em ambiente domiciliário, em momentos distintos do processo de transição para o exercício da parentalidade (primeiros dias, 1.º, 4.º e 6.º mês de vida da criança), alinhando-se parcialmente com as idades-chave de vigilância infantil recomendadas pela Direção-Geral da Saúde de Portugal. Os dados foram obtidos por meio de entrevistas semiestruturadas, totalizando sessenta entrevistas, complementadas por observação das interações familiares e das práticas instrumentais de cuidados à criança, realizadas em trinta e sete visitas domiciliárias. Em cada momento de colheita de dados, foram realizadas entrevistas separadas com o pai e a mãe sobre a experiência de parentalidade, seguidas de uma breve entrevista ao casal. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e transcritas, após a obtenção do consentimento informado, livre e esclarecido dos participantes, assegurando a

²³ Judith T. MACK *et al.* (2023).

²⁴ Roxana CHIS *et al.* (2022).

²⁵ Caroline Nicolaus *et al.* (2021).

²⁶ María C. FUENTES *et al.* (2020).

²⁷ Douglas M. TETI *et al.* (2017).

²⁸ Juliet CORBIN y Anselm STRAUSS (2015).

confidencialidade dos dados e o anonimato, mediante a utilização de nomes fictícios.

A amostra do estudo integrou cinco casais, quatro dos quais primíparos e 1 múltiparo, com idades variando entre vinte e seis e trinta e três anos, todos com filho nascido a termo e saudável (quatro do sexo masculino e um do feminino). O número de participantes não foi pré-determinado, mas o resultado da saturação teórica definida pela análise de dados.

O tratamento e análise dos dados cumpriram as etapas de codificação do corpus —codificação aberta, axial e seletiva— até à formulação de proposições teóricas, resultantes da análise das relações entre categorias²⁹, tendo sido realizados com recurso ao programa NVivo. Os dados foram sistematicamente inspecionados e comparados; os temas emergiram dos dados e, através de maiores comparações, juntaram-se em categorias ou conceitos, que puderam ser interligados numa teoria substantiva, em torno da categoria central «ser pai, ser mãe: um processo em construção na interação». A recolha, codificação e análise dos dados ocorreram simultânea e recursivamente, num processo evolutivo constante³⁰.

3. RESULTADOS

Descrevem a categoria concetual «Preservando a harmonia conjugal», que evidencia modos de reconstruir e orientar a afetividade na vida a dois após o nascimento de um filho, na busca de adaptar a vida conjugal à nova realidade, os quais são refletidos nas subcategorias «procurando ter momentos a dois», «evitando conflitos», «desvalorizando o menor investimento conjugal», «desvalorizando a influência da falta de tempo no relacionamento conjugal», «valorizando pequenas melhorias no relacionamento conjugal» e «desvalorizando a influência da sexualidade alterada no relacionamento conjugal».

Com a chegada de um filho, os Pais [pais e mães] experimentam emoções e sentimentos novos, sentem uma menor disponibilidade para investir no relacionamento conjugal, numa fase de grande desgaste físico, com falta de sono, com a atenção muito direcionada para o bebé, enquanto enfrentam o desafio de viver a parentalidade em pleno, adaptando a vida conjugal à nova realidade. Esta busca de harmonia na interação conjugal está presente em todo o primeiro semestre de exercício parental.

²⁹ Juliet CORBIN y Anselm STRAUSS (2015).

³⁰ Juliet CORBIN y Anselm STRAUSS (2015).

3.1. Procurando ter momentos a dois

Os casais tentam encontrar algumas soluções práticas para fazer face às exigências da parentalidade e exercer a conjugalidade, «procurando ter momentos a dois», mesmo que não tão intensamente como antes do bebé ter nascido. Aproveitar enquanto dorme, aproveitar quando alguém os pode substituir e aproveitar todas as oportunidades são estratégias mobilizadas pelos Pais para preservarem o relacionamento conjugal durante o puerpério.

«lá está, isso é um processo de aprendizagem, de começar a aprender... a... a aproveitar os tempos... os tempos de folga, que eu chamo de folga, que é quando ele está... quando ele está... a dormir ou quando alguém... da família pode... pode ficar com ele por nós...» (Manuel).

«Não temos o tempo que tínhamos antes dele nascer um para o outro, mas... sempre que há oportunidade..., temos o nosso tempinho...» (Sílvia).

Com exceção da permuta com terceiros, são também estratégias que se mantêm ativas aos quatro/seis meses de parentalidade. Os progenitores procuram, desta forma, «arranjar tempo para estar um com o outro e para... para... para... para ter uma vida em... em casal». (Sofia), embora reconheçam ser difícil e limitado, apenas possível «de vez em quando, aquilo que podemos» (Anselmo), mesmo «que seja meia hora» (Ricardo).

3.2. Evitando conflitos

Um dos aspetos que os Pais em transição tentam acautelar é o desentendimento conjugal. A comunicação estabelecida entre os casais não só transmite informação explicitamente expressa no seu conteúdo, como também desencadeia um comportamento nos cônjuges que, «evitando conflitos» no puerpério, tentam compreender as reações do outro, respeitar a sua opinião, dialogar para resolver os problemas, partilhar as mesmas ideias ou resignar-se.

As reações emocionais das puérperas que vivem intensamente a maternidade são compreendidas, «por eu já conhecer... a maneira dela ser..., por vezes mais... explosiva na maneira de falar e de..., [...], é assim que ela é, é assim que eu a conheci, é assim que eu gosto dela...» (Manuel), e aceites como naturais pelos maridos, «acho que é totalmente natural, não sei, [...] todas as mães devem... devem passar por isso, não é?!» (Manuel), assim como também são compreendidas as suas reações de desconfiança perante a prestação de cuidados ao bebé, «mas é perfeitamente natural, estamos a falar do... [...] do bebé dela» (Manuel), e a sua necessidade de recorrer repetidamente à mãe para se

sentir segura no cuidar: «se eu estivesse no lugar dela se calhar também era capaz de fazer igual, acontecendo qualquer coisa, a primeira coisa é ligar para a mãe... para saber o que... o que é que podia fazer» (Vasco).

Respeitando a opinião do outro e dialogando, um casal evita conflitos conjugais com génese em desacordos sobre práticas cuidativas, consciente de que «no fundo nem um nem outro tem mais experiência, não é?!» (Daniela).

«se não estamos de acordo temos, temos uma particularidade muito grande, aceitamos, não é?!, quer dizer, se há duas alternativas, ahm... não entramos em grandes «birrices» [...], o que importa é que... que o problema se resolva, não temos... não temos grandes convicções no que..., porquê?!, também não temos, não temos muito conhecimento do..., de causa, falta-nos a experiência para poder... impor a nossa...» (Ricardo).

Estes conflitos podem nem chegar a existir quando os casais comungam de ideias semelhantes: «normalmente as minhas ideias são as dele..., ou seja, se eu disser, ele “é, é isso”, “é melhor fazer assim”, ele “é melhor assim”, mas não... não diz “ó, se calhar, é melhor assim!”..., não acontece» (Sílvia). Na família em que a esposa/mãe mais se ressentida do desgaste maternal do puerpério, os conflitos conjugais são evitados com atitudes de resignação do marido face a opiniões provocatórias e de negação da sua realidade.

«Manuel – Então se tu o dizes... é porque é. [responde olhando de relance para a esposa, mostrando o seu desacordo facial]

Clara – [...] Não tens nada a acrescentar, avançamos. [usa um tom de voz acutilante]

Manuel – Pode ser.

Investigadora - O pai está resignado...

Manuel – Estou, estou... estou porque... consegui, prontos, eu agora consigo dormir mais um bocadinho, é o que ela diz. [...] Aceito, exato, aceito... exato... exato... ironizando, aceito».

Testemunhos similares de resignação permanecem proferidos por este pai ao fim de quatro meses de vivência conjugal na parentalidade, quando recorda os preparativos da boda batismal do filho. Para evitar disputas com a esposa, que controla a organização do evento e o confronto com a falta de sensibilidade organizativa, este acaba por não ser genuíno nas opiniões que emite ou por abdicar de se pronunciar a respeito, ou seja, por deixar que seja o outro a decidir, estratégia que não é exclusiva deste casal na gestão do dia a dia.

«Não, eu acho piada porque há coisas... [...] fomos ver a prova do álbum das fotografias e depois a Clara... a Clara é assim, mostra-me... mostra-me o álbum “qual é que gostas mais? Eu gosto desta, e tu qual é

que gostas?” e eu, claro, tenho que dizer esta porque se disser a outra, mesmo não adianta nada [...], por isso é que eu já não digo nada...» (Manuel).

O diálogo, a compreensão e a partilha de ideias continuam a ser, tal como no puerpério, estratégias recrutadas pelos casais para acautelar ou sanar eventuais problemas.

3.3. Desvalorizando o menor investimento conjugal

«Desvalorizando o menor investimento conjugal» os casais estão também a procurar preservar a harmonia conjugal, encontrando motivos que justificam as suas atitudes e comportamentos perante o parceiro, ou deste para consigo, a partir do momento em que se tornaram Pais. Em duas famílias participantes do estudo, ambos os progenitores confirmam a priorização do recém-nascido, «sangue do seu sangue», em detrimento do cônjuge e de si, sem demonstrarem incómodo por serem preteridos.

«uma coisa é certa, ela é mãe e eu sou pai, por isso... é dos dois..., eu não me importo que ela goste mais dele do que de mim. [...], já sabes que aí é do teu sangue, não é?! [...] Eu não sou do teu sangue..., homens há muitos..., não é?! E mulheres há muitas... [...] Isto aqui um filho..., só tens este...» (Vasco).

«Ah, e o mesmo dizemos nós, não é?!, as mulheres. [...] Também não vais dizer que a tua mulher é mais importante que os teus filhos, não acredito, cada um tem o seu lugar, mas... os filhos são os filhos. [...] Os filhos são de sangue, não é?!» (Nádia).

A desvalorização desta situação é também corroborada por outros pais nas expressões «serei eu mais para ela do que ela para mim», «sempre soube que quando nascesse ia ser diferente» (Anselmo), assim como pelas respetivas esposas, que não se mostram preocupadas com a reação dos parceiros, «ele sabe que o bebé precisa da mãe» (Sílvia), e com uma possível deterioração do relacionamento conjugal, «não acredito que vai haver aquele afastamento que marca casais...» (Clara).

«agora ele será o centro das atenções, mas... quer para mim, quer para ela, obviamente, mas... sabemos conviver, temos sabido conviver bem com isso... [...] mesmo assim conseguimos... ehm... distanciar um bocado e ter o nosso... o nosso tempo para nós também, por isso... não... nada de... de exagerado nessa... nessa relação». (Manuel).

Nem mesmo a ausência de atividade sexual parece comprometer a satisfação conjugal dos casais no puerpério: «Apesar de uma pessoa agora neste mês que eu estive... uma pessoa não pode ter contacto nen-

hum, não é?!, mas... não mudou nada, nadinha». (Sofia); «Intimidade?! [...] Quanto a isso não há problemas». (Vasco).

Com quatro/seis meses de vivência parental, os Pais insistem em não se mostrarem muito incomodados com o comprometimento do investimento conjugal experienciado. Mantêm os testemunhos de saberem conviver bem com isso, de gostarem mais do bebê do que do cônjuge e de não se apoquentarem por serem preteridos. Apesar de sentirem falta dos afagos de outrora e de confirmarem que outros planos se sobrepuseram à vida a dois, deixando-a «um bocadinho em segundo... em segundo plano» (Ricardo) ou «ainda mais... em terceiro plano» (Lucas), compreendem tratar-se de uma situação transitória, «não quer dizer uma coisa que esteja morta, mas...» (Ricardo), e recíproca, enquanto investem na relação parental.

«ontem virei-me para o meu marido e disse assim “eu já tenho saudades de uns mimosinhos!” mas coitado, ele quando... quando eu vou para a cama ele já dorme! [...], sinto falta, mas não estou revoltada, nem..., compreendo». (Sílvia).

«continuamos a ter o mesmo... o mesmo entendimento, continuamos a ter a mesma cumplicidade, agora nós passamos a deixar, se calhar, de trabalhar tanto essa cumplicidade, de ter tanto esse..., de trabalhar essa... essa relação porque estamos a trabalhar outra, não é?!, estamos agora a trabalhar uma relação de pais, o que também é surpresa para nós» (Ricardo).

3.4. Desvalorizando a influência da falta de tempo no relacionamento conjugal

Apesar do recém-nascido preencher muito tempo e atenção dos Pais, a relação entre o casal pode permanecer inalterada aos olhos dos progenitores ou ser percecionada como fortalecida pelo «fruto do seu amor», o bebê, que «ainda une mais um casal. Se for desejado, agora se não for desejado, aí se calhar é capaz de... de ir prejudicar» (Sofia), «desvalorizando a influência da falta de tempo no relacionamento conjugal». A condição de Pais parece sobrepor-se ao papel conjugal e estruturar esta transição, mas tal resultado não se dá sem algum conflito entre dualidades divergentes.

«Naturalmente, o... o bebê preenche muito do nosso tempo, e isso acaba por, e da nossa atenção, e isso acaba por... [...] por, de certa forma, poder, ahm... influenciar a vida como casal, ehm... por outro lado, aquele... aquele laço de união que... que rebentou, que está ali... também, por outro lado, fortalece essa... [...] essa mesma relação, por isso... é um... é um binómio, é uma situação de... de compromisso entre as duas coisas, [...], agora... a experiência de ser, da paternidade

(...), suplanta essa... essa influência do bebé na vida... na vida do casal» (Manuel).

A ideia de um relacionamento conjugal sem mudanças perceptíveis funda-se na valorização de uma grande cumplicidade entre o casal, que se pretende manter viva ao longo do tempo, e na cooperação de companheirismo que preside à organização da relação.

«nós namorámos... catorze anos..., conhecemo-nos muito bem, [...], não somos um casal que... que vive, vive... vive aquelas partes do dia, não temos essa, essa relação, vivemos por inteiro, se assim necessário for, [...] não vejo assim grande influência na nossa... na nossa relação, que não seja positiva, nada de negativo, [...], a gente entende-se bem, perfeitamente bem, ehm picos aqui e acolá, [...], que eram o que eram antes, continuamos a manter a mesma postura, ehm... a Daniela não está doente, eu não estou doente, quer dizer, única e simplesmente temos uma... uma filha» (Ricardo).

Para Sofia, perceber um concomitante aumento de companheirismo e parceria do marido após ser pai, que passou a estar mais presente no lar, é motivo para considerar o relacionamento conjugal fortalecido.

«pelo contrário, o Vasco até ficou mais... mais caseiro e assim..., de estar em casa..., a fazer as coisas... com o menino e tudo..., prontos, ele ao primeiro... ao sábado... comia e ao fim, estava aqui um bocadinho, e dizia “eu vou até ao café estar com os meus amigos”, e ele agora vai, mas depressa vem...» (Sofia).

Volvidos quatro/seis meses de exercício parental, os Pais reiteram a desvalorização da influência da falta de tempo no relacionamento conjugal, com testemunhos similares aos que apresentaram no puerpério.

«não é... que mudasse, o tempo é que já não é o mesmo, [...], mas... nada que... que nos... que afete a relação» (Sílvia).

«os meus sentimentos são iguais ou se calhar até... poderão ser mais fortes ainda, [...], não... não me afeta, não me afetou, pelo menos da minha parte, não, não modificou nada, os meus sentimentos». (Lucas).

3.5. Valorizando pequenas melhorias no relacionamento conjugal

Ao longo do tempo, os Pais não só desenvolvem uma adaptação em relação ao bebé e à novidade da experiência parental, como também enaltecem a maior proximidade entre o casal e a existência de mais tempo para o casal como base de sustentação conjugal, «valorizando pequenas melhorias no relacionamento conjugal», que consideram

conduzir a uma certa regularidade anterior, embora possam persistir dúvidas no progenitor masculino. Os testemunhos que a seguir apresentamos dizem apenas respeito a um casal que declara este progresso no puerpério.

«mas agora é completamente diferente, sinto que estamos mais próximos, temos mais tempo para nós..., começa... começa a voltar não ao normal, normal, mas começa a ser mais..., a voltar, eu para mim está quase a normalizar sendo sempre mais uma pessoa, pronto» (Clara).

«É assim... é possível... é possível que sim... [...], é natural... é natural que agora comecemos... comecemos a pensar mais em nós os dois..., é natural passando aquela euforia inicial». (Manuel).

No estágio de transição subsequente, estes ganhos são reforçados pelo mesmo casal, mas são, igualmente, testemunhados por outros que declaram melhorias conjugais em termos de tempo, proximidade e tendência à normalização. A relação conjugal vem evoluindo naturalmente e o facto de conseguirem recuperar momentos a dois ajuda-os a consolidar esta percepção.

«tem evoluído, digamos assim, acho que temos... [...], esta questão agora também de já podermos deixar a Mariana já ajuda um bocadinho, não é?!, já... já conseguimos estar mais...» (Daniela).

«foi importante para nós, embora isso ainda... nós fizemos isso pouquíssimas vezes, [...] nós temos consciência que precisamos disso, ahm... mesmo para a nossa relação conjugal, [...] não viver só em prol da... da Mariana, começar a ter também outros espaços, isso sim é importante» (Ricardo).

Registam, igualmente, retomas na atividade sexual. De início, os desconfortos físicos advindos do parto eutócico impediram Daniela de se entregar ao relacionamento sexual. Não sentia predisposição e disponibilidade de tempo para a sexualidade, assim como não a considerava uma prioridade a que devia dar resposta. Sofia, tendo parido por cesariana, também narra ter experienciado estes condicionantes.

«porque a questão do parto também dificultou um bocadinho e... o corpo também ficou um bocadinho diferente e no início também não... não reagi muito bem, também não era assim muito agradável, com o tempo as coisas começam a... [...], eu acho que agora as coisas estão a retomar, mas no início sinceramente..., [...] a predisposição era diferente porque... tinha sempre outras prioridades, não é?!, e... sinceramente acabava sempre por achar que isso não era o mais importante» (Daniela).

«tinha medo que não estivesse tudo bem, enquanto não... não fui à médica tinha assim um bocado de receio, e é... e, prontos, isto ocupava-nos o nosso tempo, uma pessoa... perdia-se com isto, agora... agora

não, prontos, agora uma pessoa já... já voltou tudo ao... ao normal». (Sofia).

Na opinião do casal mais experiente, por ser multiparo, estes condicionais são relativamente comuns no início da parentalidade, «não é caso único, porque eu conheço mulheres que depois de quatro e cinco meses ainda não... ainda não dormem quase com o homem na cama» (Nádia), e dificilmente a vida a dois voltará a igualar-se ao que era.

«Normal, normal, ainda não está, se calhar acho que... ao normal nunca irá ir, não é?!, porque isto é assim, nascem..., os filhos mudam a vida das pessoas, quer se queira quer não se queira, não é?!, acho eu, tem-se menos tempo, [...], só é parvo o homem que julga que vai ter a mulher disponível como tinha em antes de ter os filhos ou como... [...], o homem tem que se saber ajustar, tanto o homem como a mulher, com o tipo de vida que tem, com a disponibilidade que há» (Lucas).

Para Anselmo, a constatação de que «nada de mal» tem acontecido ao seu matrimónio leva-o a conceder uma valorização positiva à evolução do relacionamento conjugal, que tem demonstrado solidez ao longo do tempo.

«eu acho que está para melhor, mas também não tenho a certeza, porque eu acho que mantém-se [...], como a relação não se deteriorou, acho que é bom sinal, eu acho que tem uma tendência a melhorar, se a relação se tivesse deteriorado acho que aí já ia ser muito mais problemático, ou seja, nesse sentido tinha piorado tudo, é por isso que eu considero que se calhar melhorou, apesar de... de... de se manter... estável tudo, acho que... que isso é bom» (Anselmo).

3.6. Desvalorizando a influência da sexualidade alterada no relacionamento conjugal

Mesmo vivendo problemas na esfera sexual, porque a esposa/mãe «custa-lhe a... a ter relações», Anselmo mantém a serenidade, «desvalorizando a influência da sexualidade alterada no relacionamento conjugal». Considera ser uma situação que psicologicamente afeta mais a esposa e mostra-se compreensivo e tolerante, sem forçar o ato sexual, mesmo que não tenha muitas certezas sobre a origem do problema, embora possa, eventualmente, associar-se à paridade de há seis meses atrás.

«afetar a relação, não... não afeta, agora... psicologicamente a ela se calhar afeta-lhe mais, a mim não me afeta porque... eu não sou daqueles homens que ou é isto ou não é e..., é assim, eu quero o bem-estar dela, acima de tudo, se ela se sentir bem tudo bem, se não se sentir

paciência, claro, é assim, uma pessoa fica um bocado triste, mas não... não forço a barra, e acho que tem de ser assim. [...] Não sei, é... a situação... pode ter sido com o parto, não..., acho que não creio que tenha sido com outra coisa qualquer, penso eu, só se for psicologicamente, nela, na Sílvia, mas não... não faço ideia, talvez tenha sido mesmo do parto». (Anselmo).

Sílvia, a esposa, também incrimina o parto pela secura e aperto vaginal que sente durante o ato sexual, sintomatologia já referenciada ao médico de família e com tratamento em curso, do qual aguarda evolução favorável, antes de procurar ajuda especializada.

«já falei com o médico sobre isso, que nas relações eu ainda sinto muita dor, ele receitou-me uma pomada e agora vamos ver se..., [...] parece que estou muito apertada, parece que estou... ou é... ou então é mesmo como diz o médico, que as mulheres na menopausa que ficam... mais secas e, se calhar, eu posso estar, como tive o bebé, pode-me estar a acontecer isso [...], já estou a pensar se não... se não passar vou e marco para um ginecologista, a ver se... se tem algum problema, mas de resto está... está normal, está tudo bem». (Sílvia).

Neste seu último testemunho, Sílvia reforça que o relacionamento conjugal não chega a ser afetado. Como mulher e esposa sofre ao ver-se sem cumprir os deveres matrimoniais, mas recebe apoio e compreensão do parceiro, «o problema afeta-me a mim psicologicamente, a ele não, ele até compreende melhor que eu» (Sílvia), sendo incentivada a manter a calma.

«além de sentir dor, sinto... que não estou... que não estou a dar ao meu marido aquilo que ele..., se calhar, espera de mim, [...] sinto-me menos..., não é menos mulher é..., [...], sinto-me... fico triste porque não consigo... que não consigo fazer e não... acabar aquilo que comecei e não..., e ele depois também..., ele compreende, mas no fundo acho que ele sente a falta. [...] Ele diz para eu ter calma» (Sílvia).

4. DISCUSSÃO

Os achados do presente estudo ilustram como, na transição para a parentalidade, cada casal procura desenvolver padrões de interação, tanto comportamentais quanto comunicacionais, que lhes permita preservar a harmonia conjugal. Pese embora os ajustes e adaptações que o filho exige da sua relação, não tem, necessariamente, de conduzir a desavenças conjugais.

Uma das configurações assinalada como significativa pelos Pais participantes no estudo foi a de um companheirismo cúmplice da passagem de um período de enamoramento inicial para um amor sustentado

na cooperação e compreensão do casal enquanto instância de interação. Uma espécie de partilha e sentimento de orgulho mútuo pelo bebê que geraram, assim como a satisfação e a facilidade com que o casal construiu a relação mútua, se conheceu e aceitou o modo de ser de cada um, parecem ser determinantes no sucesso desta transição.

Ter encontrado um sentido para a vida (enquanto meta de crescimento pessoal) é considerado como um dos maiores objetivos da vida, o que, na perspectiva de Mack *et al.*³¹, ao ser concretizado com o nascimento do filho, pode contribuir para mitigar constrangimentos experienciados na transição para a parentalidade.

Além disso, a forma como os membros do casal comunicam entre si antes do nascimento de um filho determina a forma como o seu relacionamento se desenvolve no pós-parto³². Uma comunicação negativa moderadamente elevada antes da condição parental pode contribuir para a deterioração da comunicação do casal com o fator de stress adicional que um bebê representa³³.

Face ao stress parental experienciado, a qualidade da aliança familiar estabelecida constitui-se essencial. O «tipo de relação do casal» foi muito valorizado no presente estudo e foi considerado um aspeto relevante no modo como a transição foi vivenciada. Tendo em conta a perspectiva dos participantes, quando existe cumplicidade, cooperação, companheirismo e amor na relação, as dificuldades são mais facilmente ultrapassadas e a relação não chega a ser abalada, achados que patenteiam que a influência da parentalidade se torna diminuída pelo impacto, muito maior, da natureza da estrutura básica da relação conjugal nas respostas a esta transição³⁴.

Um parceiro solidário ajuda a superar mais facilmente as mudanças impostas pela parentalidade³⁵, mas o mesmo não se consegue com um cônjuge stressado, deprimido, ansioso ou que não apoia, impactando a satisfação conjugal. Num período de vida como este, que envolve negociações contínuas de papéis e onde são necessários compromissos para que o funcionamento da relação possa ser satisfatório, é necessário que os membros do casal tenham a capacidade de compreender as necessidades do outro, de se auto-descentralizarem e de abraçarem a perspectiva do outro³⁶. Empatia, tolerância, confiança interpessoal e honestidade, características de pessoas com uma personalidade agradável, são, na perspectiva destes autores, responsáveis por maior satisfação nas relações que estabelecem.

³¹ Judith T. MACK *et al.* (2023).

³² Esther S. KLUWER *et al.* (2010).

³³ Maggie O'REILLY TRETER *et al.* (2021).

³⁴ MENEZES Clarissa C. y Rita C. S. LOPES (2007).

³⁵ Valentina RAUCH-ANDEREGG *et al.* (2020).

³⁶ Roxana CHIS *et al.* (2022).

Além da empatia, também a autocompaixão influencia a satisfação conjugal³⁷, promovendo uma atitude mais positiva e resiliente em relação aos desafios conjugais. Pessoas com altos níveis de autocompaixão aceitam as suas próprias inadequações e são mais tolerantes com as que os seus parceiros apresentam³⁸ e, talvez isso, explique a maior satisfação que experienciam com os seus casamentos³⁹.

Em linha com outros estudos, os nossos resultados destacaram como é difícil para pais e mães reservarem algum tempo para nutrir o relacionamento conjugal numa altura em que o papel parental é prioritário, o filho «está em primeiro lugar» e é o centro das atenções^{40,41,42}. Ainda assim, nunca foram aflorados sentimentos de ciúmes ou mágoa pelos nossos participantes.

A falta de tempo para o casal e a despromoção para um segundo lugar (depois do bebé) são suscetíveis de criar tensão e conflito entre os parceiros, prejudicar a sua satisfação com a relação⁴³ e ampliar problemas pré-existentes na mesma⁴⁴, que não corroborámos nesta investigação. Atitudes de desvalorização do menor investimento conjugal e da influência da falta de tempo a este nível preencheram os discursos parentais. Para alguns Pais, inclusive, a presença do filho conduziu a uma maior união/fortalecimento do casal.

Apesar do equilíbrio dos papéis conjugal e parental não ser fácil⁴⁵, a maioria dos casais viu-se capaz de conciliar a conjugalidade com as atividades parentais, em interações caracterizadas por um contrabalanço variável e nem sempre linear. De diferentes modos, mostraram-se implicados e responsáveis na busca deste equilíbrio. Procuraram ter momentos a dois, engendrando algumas soluções práticas para exercer a conjugalidade, ainda que menos intensamente do que antes de serem Pais. Também juntos, a partir de interações comunicacionais assertivas, pautadas pelo respeito e negociação, puderam organizar-se de modo a preservar a harmonia conjugal, evitando conflitos e corroborando conclusões de estudos prévios⁴⁶. Todos os casais demonstraram vontade de preservar a relação conjugal. Ao longo do tempo foram valorizando pequenas melhorias no relacionamento conjugal, onde se inclui a esfera da sexualidade.

³⁷ Abdollah MALEKI *et al.* (2019).

³⁸ Jia W. ZHANG *et al.* (2020).

³⁹ Abdollah MALEKI *et al.* (2019).

⁴⁰ Júlia M. N. CARVALHO *et al.* (2017).

⁴¹ Amy DELICATE *et al.* (2018).

⁴² Sylvie LÉVESQUE *et al.* (2020).

⁴³ Sylvie LÉVESQUE *et al.* (2020).

⁴⁴ Brian D. DOSS y Galena K. RHOADES (2017).

⁴⁵ Sylvie LÉVESQUE *et al.* (2020).

⁴⁶ MENEZES Clarissa C. y Rita C. S. LOPES (2007).

Ressalvamos, contudo, que cada casal atravessa a transição para a parentalidade de uma forma idiossincrática e única. Porque o nascimento de um filho impõe uma redefinição de papéis, expectativas e interações⁴⁷, ter expectativas realistas sobre a parentalidade e sobre as mudanças no relacionamento conjugal pode ser facilitador de uma vivência mais feliz deste processo transicional.

5. CONCLUSÕES

Este estudo questiona o entendimento dominante de que a parentalidade causa um declínio na satisfação conjugal. A escassez de tempo que o exercício da parentalidade acarreta aos Pais não inviabiliza a vivência da conjugalidade. O ajustamento, a comunicação e a conexão conjugal podem explicar a sua preservação.

Intervenções de enfermagem que fortaleçam o casal para lidar com as mudanças que ocorrem após o nascimento de um filho e que ajudem a interagir de forma construtiva são, por isso, determinantes para fortalecer a conjugalidade e superar esta transição. Acreditamos que intervenções que enfatizem a cessação de padrões destrutivos de comunicação, ao mesmo tempo que fortalecem a comunicação positiva e as estratégias de resolução de conflitos, possam ser benéficas para os casais em transição para a parentalidade, ajudando-os a interagir de forma mais construtiva, a manterem uma ligação positiva e um compromisso com o futuro.

A preservação da conjugalidade na transição para a parentalidade salienta a importância de uma base comunicacional, pelo que o tema «saber comunicar» deve estar salvaguardado no planeamento da educação para a saúde a realizar durante o período pré e pós-natal.

Parece-nos também essencial que os futuros Pais sejam mais bem informados sobre os desafios que acompanham a transição para a parentalidade. Uma visão realista das inúmeras repercussões que traz para os Pais, como casal e como indivíduos, poderá ajudá-los a melhor gerir este período.

Advogamos a importância de desenvolver e avaliar intervenções centradas nas relações de casal, que possam ajudar a identificar, expandir e desconstruir os ideais de parentalidade, e reforçar, por outro lado, a coparentalidade.

Dado o impacto que o relacionamento conjugal pode ter no bem-estar de Pais e filhos e no potencial de desenvolvimento da criança, são necessárias estratégias de prevenção e intervenção para promover a

⁴⁷ Brian D. DOSS y Galena K. RHOADES (2017).

resiliência dos casais durante a transição para a parentalidade, adotando uma visão ampla e sistêmica.

6. FINANCIAMENTO

Este trabalho foi financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., e o seu apoio é reconhecido com gratidão.

7. REFERÊNCIAS

- BOGDAN, Ionela, *et al.* (2022), «Transition to parenthood and marital satisfaction: a meta-analysis». *Frontiers in Psychology*, vol. 13, pp. 901362. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.901362>.
- CARVALHO, Júlia M. N., *et al.* (2017), «Challenges of motherhood in the voice of primiparous mothers: initial difficulties», *Investigación y Educación en Enfermería*, vol. 35, pp. 285-294. <https://doi.org/10.17533/udea.iee.v35n3a05>.
- CHIS, Roxana, *et al.* (2022), «The mediation role of an individual's and couple's psychological factors, including parenting in the prediction of relational and marital satisfaction», *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 19, núm. 17, pp. 11011. <https://doi.org/10.3390/ijerph191711011>.
- CORBIN, Juliet, y STRAUSS, Anselm (2015), *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing Grounded Theory*, 4th ed., London, Sage Publications.
- DELICATE, Amy, *et al.* (2018), «A systematic review and meta-synthesis of the impact of becoming parents on the couple relationship», *Midwifery*, vol. 61, pp. 88-96. <https://doi.org/10.1016/j.midw.2018.02.022>.
- DESCHÊNES, Marie, *et al.* (2023), «Marital satisfaction, parenting stress, and family alliance: parental perspective taking as a moderator», *Family Process*, vol. 62, núm. 3, pp. 1147-1160. <https://doi.org/10.1111/famp.12812>.
- DOSS, Brian D., y RHOADES, Galena K. (2017), «The transition to parenthood: Impact on couples' romantic relationships», *Current Opinion in Psychology*, vol. 13, pp. 25-28. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2016.04.003>.
- FIGUEIREDO, Bárbara, *et al.* (2018), «Couples' relationship affects mothers' and fathers' anxiety and depression trajectories over the transition to parenthood», *Journal of Affective Disorders*, vol. 238, pp. 204-212. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.05.064>.
- FUENTES, María C., *et al.* (2020), «Protective and risk factors for adolescent substance use in Spain: self-esteem and other indicators of personal well-being and ill-being», *Sustainability*, vol. 12, núm. 15, pp. 5962. <https://doi.org/10.3390/su12155962>.
- GHINASSI, Simon, *et al.* (2021), «Thinking for three: mothers' and fathers' narratives on transition to parenthood», *The Open Psychology Journal*, vol. 14, pp. 53-61. <https://doi.org/10.2174/1874350102114010053>.

- GRUSSU, Pietro, *et al.* (2021), «Sexuality in the perinatal period: a systematic review of reviews and recommendations for practice», *Sexual & Reproductive Healthcare*, vol. 30, pp. 100668. <https://doi.org/10.1016/j.srhc.2021.100668>.
- KINGSBURY, Mila, *et al.* (2023), «Predictors of relationship satisfaction across the transition to parenthood: results from the Norwegian mother, father, and child cohort study (MoBa)», *Journal of Family Issues*, vol. 44, núm. 11, pp. 2846-2869. <https://doi.org/10.1177/0192513X221113850>.
- KLUWER, Esther S. (2010), «From partnership to parenthood: a review of marital change across the transition to parenthood», *Journal of Family Theory & Review*, vol. 2, núm. 2, pp. 105-125. <https://doi.org/10.1111/j.1756-2589.2010.00045.x>.
- KUO, Patty X., y JOHNSON, Victoria J. (2021), «Whose parenting stress is more vulnerable to marital dissatisfaction? A within-couple approach examining gender, cognitive reappraisal, and parental identity», *Family Process*, vol. 60, núm. 4, pp. 1470-1487. <https://doi.org/10.1111/famp.12642>.
- LÉVESQUE, Sylvie, *et al.* (2020), «Parenting and relational well-being during the transition to parenthood: challenges for first-time parents», *Journal of Child and Family Studies*, vol. 29, pp. 1938-1956. <https://doi.org/10.1007/s10826-020-01727-z>.
- MENEZES, Clarissa C., y LOPES, Rita C. S. (2007), «Relação conjugal na transição para a parentalidade: da gestação ao segundo ano de vida do bebê», *Psico-USF*, vol. 12, núm. 1, pp. 83-93.
- MACK, Judith T., *et al.* (2023), «Changes in relationship satisfaction in the transition to parenthood among fathers», *PLoS One*, vol. 18, núm. 8, pp. e0289049. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0289049>.
- MALEKI, Abdollah, *et al.* (2019), «Investigating the relationship between conscientiousness and self-compassion with marital satisfaction among Iranian married employees», *Journal of Education and Health Promotion*, vol. 8, pp. 76. https://doi.org/10.4103/jehp.jehp_105_18.
- MARTINS, Cristina A. (2019), «Transition to parenthood: consequences on health and well-being. A qualitative study», *Enfermería Clínica*, vol. 29, núm. 4, pp. 225-233. <https://doi.org/10.1016/j.enfcli.2018.04.005>.
- NICOLAUS, Caroline, *et al.* (2021), «The impact of parental relationship satisfaction on infant development: results from the population-based cohort study DREAM», *Frontiers in Psychology*, vol. 12, pp. 667577. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.667577>.
- O'REILLY TRETER, Maggie *et al.* (2021), «Having a baby: impact on married and cohabiting parents' relationships», *Family Process*, vol. 60, núm. 2, pp. 477-492. <https://doi.org/10.1111/famp.12567>.
- RAMSDELL, Erin L., y BROCK, Rebecca L. (2021), «Interparental relationship quality during pregnancy: implications for early parent-infant bonding and infant socioemotional development», *Family Process*, vol. 60, núm. 3, pp. 966-983. <https://doi.org/10.1111/famp.12599>.
- RAUCH-ANDEREGG, Vlentina *et al.* (2020), «Relationship behaviors across the transition to parenthood», *Journal of Family Issues*, vol. 41, núm. 4, pp. 483-506. <https://doi.org/10.1177/0192513X19878864>.
- ROSEN, Natalie O. *et al.* (2021), «Trajectories of sexual well-being among couples in the transition to parenthood», *Journal of Family Psychology*, vol. 35, núm. 4, pp. 523-533. <https://doi.org/10.1037/fam0000689>.

- SAXBE, Darby, *et al.* (2018), «The transition to parenthood as a critical window for adult health», *American Psychologist*, vol. 73, núm. 9, pp. 1 190-1 200. <https://doi.org/10.1037/amp0000376>.
- TETI, Douglas M. *et al.* (2017), «Supporting parents: how six decades of parenting research can inform policy and best practice», *Social Policy Report*, vol. 30, núm. 5, pp. 1-34. <https://doi.org/10.1002/j.2379-3988.2017.tb00090.x>.
- ZEMP, Martina *et al.* (2017), «The spillover of child-related stress into parents' relationship mediated by couple communication», *Family Relations*, vol. 66, núm. 2, pp. 317-330. <https://doi.org/10.1111/fare.12244>.
- ZHANG, Jia W. *et al.* (2020), «From me to you: Self-compassion predicts acceptance of own and others' imperfections», *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 46, núm. 2, pp. 228-242. <https://doi.org/10.1177/0146167219853846>.

TIKTOK COMO ALTAVOZ PARA EL USO DE SUSTANCIAS ANABOLIZANTES EN PÚBLICOS JÓVENES VULNERABLES

Juan Enrique GONZÁLEZ VALLÉS
Universidad Complutense de Madrid

Oliver CARRERO MÁRQUEZ
Esic University | Esic Business and Marketing School

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento de las redes sociales ha impulsado la idea de que el culto al cuerpo, la imagen y la apariencia física se han convertido en una tendencia cada vez más presente entre los jóvenes. Cualquier cuerpo que no se ajuste a lo que hoy se considera «normativo» es rechazado. Los jóvenes de hoy se frustran al no alcanzar unos estándares de belleza irreales. En este sentido, aunque es cierto que la autoaceptación está ganando enteros en las redes sociales, la Generación Z cree tener una mejor salud física y una peor salud mental y emocional, en comparación con otras generaciones¹.

Todo esto sugiere una necesidad por alcanzar ciertos estándares de belleza en aras de conseguir la aprobación de social de sus iguales. En este contexto, las redes sociales juegan un papel crucial. Hasta el momento, la mayoría de los trabajos se centran en Instagram como plataforma donde los usuarios publican imágenes sexualizadas de

¹ SERVIMEDIA (2022).

cuerpos «perfectos» que a menudo se alejan de la realidad². Además, el artículo «Influencers y peers en la comunicación sexualizada en Instagram. ¿Influye el género del receptor en el nivel de engagement de esta comunicación?»³ refuerza la creencia de que factores psicológicos como la necesidad de encajar en los cánones de belleza impuestos en esta red social, pueden presionar a los jóvenes a adaptarse a estos estándares y a auto sexualizarse.

Se trata de una realidad que puede llevar a los jóvenes a desarrollar una conducta obsesiva y nociva por alcanzar unos cánones de belleza idealizada y poco realista, fruto de la comparación con imágenes retocadas y cuerpos «perfectos». Por ejemplo, Rodgers *et al.* 4 profundizan en cómo las redes sociales que se centran en la imagen de los usuarios, como Instagram o TikTok, pueden potenciar el desarrollo de trastornos de conducta alimentaria.

Esta situación pone de manifiesto la gran responsabilidad de las plataformas y los *influencers* a los que el público adolescente está expuesto. Este trabajo se centra en TikTok, donde se publican más de medio millón de vídeos consumidos, de los que 32 700 están relacionados con el culto al cuerpo⁵.

Es por eso que, ante estos antecedentes, este texto busca establecer una primera aproximación prospectiva acerca de cómo se comunican estos contenidos, relacionados con el culto al cuerpo, más concretamente los contenidos que tocan el tema del consumo de sustancias anabolizantes. La red social elegida, es TikTok al tratarse de una de las plataformas con mayor crecimiento en los últimos años (un 50 % desde 2020), atrayendo a una media de 340 millones de usuarios activos nuevos al año y unos catorce millones en 2023. A esto hay que unir que la *app* china abarca el segmento de edad vulnerable de entre 12 y 17 años⁶.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El uso excesivo de las redes sociales tiene diversos impactos en la personalidad de los individuos e influye significativamente en su comportamiento social, especialmente en aquellos que aún están en desarrollo, como es el caso de los jóvenes. Su limitación de la capacidad de autorregulación y la susceptibilidad hacia la presión de grupo

² Francesca GUIZZO, Natale CANALE y Fabio FASOLI (2021), pp. 62-67.

³ José Manuel MAS (2024), pp. 127-148.

⁴ Rachel F. RODGERS, Amy SLATER, Chloe S. GORDON, Siân A. MCLEAN, Hannah K. JARMAN y Susan J. PAXTON (2020), pp. 399-409.

⁵ A. MORENO (2022).

⁶ STATISTA (2023a).

les hace más vulnerables a los efectos negativos que las redes sociales pueden tener⁷.

Un fenómeno que puede haberse vuelto más relevante en la era digital, donde se puede observar una difusión constante y frecuente de contenido relacionado con el fitness, donde se exponen cuerpos musculosos como ejemplos a seguir. De este modo, la difusión de imágenes musculadas, con bajos porcentajes de grasa corporal, pueden generar un impacto considerable en la autoestima y la autoimagen de los jóvenes, quienes se pueden sentir frustrados por no poder alcanzar esos resultados, a pesar del esfuerzo que dediquen para obtenerlos. Es en estos momentos cuando se plantea el uso de esteroides como una solución rápida para conseguir cuerpos ideales. Y se hace a través de discursos que promueven el consumo de esteroides anabólicos, como alternativa para la obtención de resultados físicos extraordinarios e inmediatos⁸.

Por tanto, como veremos a continuación, el objetivo es estudiar la apología del consumo de estas sustancias en redes sociales, especialmente en TikTok, y cómo esto se traduce en un consumo real, considerando además las consecuencias que pueden tener estas sustancias. Un punto de partida que da pie a una posible aportación académica que pase por el desarrollo de estrategias de educación y prevención más eficaces, destinadas a promover actitudes y comportamientos saludables en torno al deporte, sin atajos.

3. OBJETIVOS DE ESTE TRABAJO

El objetivo de este texto es investigar la difusión, el contenido y el impacto de los mensajes, que apoyan o promueven el uso de esteroides en la plataforma TikTok. Desde un análisis descriptivo-cualitativo se busca desentrañar cuáles son las estrategias de comunicación y las narrativas de las que participan los influencers para la promoción del consumo de esteroides.

Con este propósito, se plantean los siguientes objetivos:

- 1) Identificar las estrategias comunicativas empleadas para transmitir estos contenidos en TikTok.
- 2) Determinar los valores que se transmiten a través de dicha comunicación, a partir de la tipología de Schwartz⁹.

⁷ Nooriallai NOORI, Ajmal SAYES y Gulaqa ANWARI (2023).

⁸ Kristina Klier, Tessa Rommerskirchen y Klara Brixius (2022).

⁹ Shalom H. Schwartz (1992), pp. 1-65.

TABLA 1. LAS 10 TIPOLOGÍAS DE VALORES DEL MODELO DE SCHWARTZ.

Tipología	Descripción
Autoridad	Estatuto social y prestigio; control y dominio sobre personas o recursos.
Logro	Éxito personal demostrando habilidades a través de las normas sociales.
Estimulación	Emoción, innovación y desafío.
Autodirección	Elección independiente de acciones y pensamientos; creatividad.
Universalismo	Entendimiento, tolerancia, apreciación y protección del bienestar de todas las personas y la naturaleza.
Benevolencia	Preservación y mejora del bienestar de las personas con quienes se interactúa frecuentemente.
Tradicición	Respeto, compromiso y aceptación de las costumbres e ideas de la cultura tradicional o religión.
Conformidad	Restricción de acciones, inclinaciones e impulsos que puedan molestar o perjudicar a otros, y adherencia a las normas y reglas sociales.
Seguridad	Seguridad, armonía y estabilidad social en las relaciones y consigo mismo.
Hedonismo	Disfrute y placer personal

Fuente: Schwartz, (1992).

Con dichos objetivos se pretende dar respuesta a las siguientes hipótesis:

— H1. Los contenidos fomentan el consumo de sustancias anabólicas entre los jóvenes.

— H2. Las comunicaciones destacan los beneficios inmediatos del uso de estas sustancias y ocultan o minimizan los efectos secundarios que pueden acarrear.

— H3. Para convencer a los usuarios de su consumo, las estrategias comunicativas son emotivas y el emisor representa cánones ideales de belleza o conocimiento para su *target*.

En cuanto a la muestra, se ha seleccionado según criterios de alcance e interactividad de los contenidos, así como perfiles con más de 1k seguidores. El número de vídeos analizados asciende a 80, una cantidad representativa de acuerdo con los principios de redundancia propios de este tipo de investigaciones.

4. ESTADO DE LA CUESTIÓN

El uso de internet está cada vez más presente en la vida de los jóvenes menores de edad. Actualmente, el 98 % de los jóvenes de entre 10 y 15 años usan Internet a diario¹⁰. A esto hay que unir, que la «Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación» arroja que el 99,8 % de la población entre 16 y 24 años son considerados usuarios diarios de internet, con una media de conexión de 5 días a la semana¹¹.

Nos encontramos por tanto, en un momento donde Internet, y especialmente las redes sociales, son medios esenciales para la comunicación e interacción de los adolescentes, influyendo tanto negativa como positivamente en su salud mental. Una tendencia que se vio acelerada por la COVID-19 en 2020. Un fenómeno que tuvo un impacto directo en el público joven, cuyo tiempo medio delante de las pantallas ha ido aumentando hasta las cuatro horas diarias¹².

5. CÓMO TIKTOK AFECTA A LAS ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS RELACIONADOS CON LA SALUD Y EL FITNESS ENTRE LOS JÓVENES

Es un hecho global que el algoritmo de TikTok ha tenido mayor éxito entre los jóvenes de entre 15 y 25 años. En enero de 2024, aproximadamente un 37 % de los usuarios de TikTok estaban por debajo de los 25 años¹³. En España, el estudio anual de redes sociales realizado por IAB en 2023 indica que el 41 % de los consumidores de TikTok también eran menores de 25 años, siendo el grupo con mayor porcentaje el de los adolescentes de entre 12 y 17 años.

Teniendo en cuenta estos datos, diversos estudios han examinado el impacto social de las aplicaciones de redes sociales. Así, en noviembre de 2023, Amnistía Internacional destacaba en varios de sus informes los efectos perjudiciales que los contenidos de TikTok ejercen sobre la salud infantil. Uno de estos informes, titulado «Empujados a la Oscuridad», subraya la relevancia de tales efectos. Un trabajo que resalta la necesidad urgente de abordar las implicaciones de las tecnologías emergentes en las poblaciones vulnerables, especialmente los jóvenes. Según el estudio, después de menos de 20 minutos, en el feed de «para ti» de los usuarios, que mostraron interés por videos relacionados con

¹⁰ Red.es (2022).

¹¹ España Digital (2023).

¹² QUSTODIO (2024).

¹³ STATISTA (2023b).

la salud mental, aparecía principalmente contenido sobre depresión y autolesiones¹⁴.

También exponen cómo TikTok está diseñado conforme al patrón psicológico de recompensa variable, donde el usuario no pierde la concentración sobre la *app* al no conocer el momento de recibir una recompensa y sigue consumiendo entretenimiento ante la posibilidad de encontrar contenido agradable¹⁵.

En este contexto, es donde surge la posible problemática, derivada de la creación de contenido con consejos sobre cómo conseguir un cuerpo soñado, desde puntos de vista no siempre saludables o inofensivos. Es decir, la exposición continuada a imágenes y contenidos relacionados con cuerpos ideales puede provocar insatisfacción y la necesidad de parecerse a esos referentes a cualquier precio. La presión social por cumplir con un canon de belleza normalizado en las redes lleva a los jóvenes a sentir la necesidad de llevar a cabo ciertas prácticas que podrían cambiar su apariencia para parecerse más a sus referentes en los vídeos de la plataforma china, entre otras¹⁶.

6. COMPORTAMIENTOS DE RIESGO Y USO DE ESTEROIDES ENTRE JÓVENES

En España, el consumo de esteroides ha aumentado en un 20 % desde el inicio de la pandemia. Lo más alarmante no es solo el aumento en el número de consumidores, sino también la disminución de la edad media de los usuarios. Según la Sección de Consumo, Medio Ambiente y Dopaje de la UDEV Central de la Policía Nacional, la media de edad en el consumo de estas sustancias ha descendido de entre 20 y 22 años a tan solo 16 en muchos casos. Además, la alta demanda de estos fármacos ha generado un auge en la venta ilegal de esteroides. Una de las principales razones de estas prácticas ilegales es que los anabolizantes no están regulados de la misma manera que los estupefacientes, por lo que el tráfico de estas sustancias conlleva penas muy bajas¹⁷.

Diversos estudios investigan las razones detrás de este notable incremento en el uso de anabólicos. Entre las causas más comunes se encuentran el auge del mercado negro, la popularización de los Moduladores Selectivos del Receptor de Andrógenos (SARM) y la preocupación por la imagen corporal influida por las redes sociales¹⁸.

¹⁴ AMNISTÍA INTERNACIONAL (2023).

¹⁵ Laura K. GLOBIG, Nora HOLTZ y Tali SHAROT (2023).

¹⁶ Mavis HENRIQUES y Debasis PATNAIK (2020).

¹⁷ Albert SANCHIS (2021).

¹⁸ Carlos FRÍAS (2023).

En España, la venta de estas sustancias es ilegal, como respalda la Agencia Española del Medicamento en su informe «Medicamentos en experimentación, prohibida su distribución en España». El problema es que en otros países la venta de estos medicamentos es legal, facilitando su comercialización a través de la red. Las empresas distribuidoras se enfocan en el público joven, usuarios de redes sociales que ven estos nuevos fármacos como más atractivos que los esteroides tradicionales¹⁹.

Por tanto, las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la percepción de estas sustancias por parte de los jóvenes. Una generación que idolatra a personajes públicos con vidas aparentemente perfectas: amigos, amor, viajes... y una figura «perfecta» que buscan emular a cualquier precio. El problema surge cuando estos *influencers*, *stakeholders* o prescriptores recomiendan estas sustancias como si fueran inofensivas y sin efectos secundarios. En este sentido, a menudo encontramos videos de personas que consumen esteroides recomendando ciclos sin supervisión médica o profesional²⁰.

7. IMPACTO DEL USO DE ESTEROIDES EN LA SALUD DE LOS JÓVENES

Aunque este trabajo se enfoca en un análisis de las estrategias comunicativas en TikTok sobre mensajes que hagan apología del uso de esteroides, sí consideramos necesario una breve revisión sobre los efectos secundarios de estos productos, con el fin de poder detectar si aparecen entre los comentarios de los creadores de contenido que aluden a estos en sus posts en TikTok.

El efecto secundario más generalizado por la opinión pública suele vincularse a problemas de fertilidad y endocrinos tanto en hombre como en mujeres. Sin embargo, el abanico de contraindicaciones es mucho más amplio. En este sentido, el primer aspecto a tener en cuenta está asociado a patologías cardiovasculares como la insuficiencia cardíaca, la miocardiopatía dilatada y ataques cardíacos. Otros problemas causados por la toxicidad de estas sustancias pueden ser hepatomegalia, peliosis hepática, colestasis intrahepática y cáncer de hígado²¹.

Además, el consumo de esteroides puede acelerar el desarrollo muscular al aumentar el tamaño de las fibras mediante hipertrofia, sin incrementar el número de fibras. Esto puede desequilibrar el metabolismo muscular, ya que los tendones no se fortalecen al mismo ritmo, aumentando el riesgo de rotura. Investigaciones muestran que los usuarios fre-

¹⁹ Carlos HIDALGO (2021).

²⁰ E. ADEANE y K. STASIAK, (2023).

²¹ S. HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. FERNÁNDEZ SALIM e I. ORTIZ GONZÁLEZ (2017).

cuentas de esteroides tienen mayor propensión a lesiones articulares y del cartílago. Estos efectos resaltan los riesgos para el sistema musculoesquelético, especialmente en contextos de uso intensivo y prolongado²².

Otro factor determinante en el deterioro de la salud del consumidor de sustancias anabólicas se relaciona con factores psicológicos. En este marco caben encuadrar la vigorexia. Además, el consumo no supervisado puede desencadenar síntomas maníacos e hipomaniacos, conductas agresivas e irritabilidad, así como aumentar la energía y causar confusión. La interrupción del consumo puede generar síntomas depresivos, debilidad, pérdida de apetito y tendencias suicidas²³.

A esto hay que añadir que el 30 % de los usuarios de esteroides desarrollan dependencia a estas sustancias. La interrupción del consumo puede causar ansiedad severa relacionada con cambios en la imagen corporal. Sin embargo, no hay una relación directa entre el nivel de preocupación por la imagen corporal y la probabilidad de desarrollar dependencia. Estos datos subrayan la complejidad de la dependencia a los esteroides y la necesidad de abordar este problema desde una perspectiva de salud mental²⁴.

8. METODOLOGÍA

El presente estudio se enfoca en el análisis del contenido de TikTok relacionado con el fitness y la apología del uso de sustancias anabolizantes, con el objetivo de identificar tendencias y patrones. Este trabajo se alinea con los postulados de Van Dijk²⁵ al considerar esencial el Análisis Crítico del Discurso (ACD) como herramienta para descubrir las significaciones emocionales, sociales, históricas y culturales del lenguaje audiovisual. Por esta razón, se ha llevado a cabo un análisis descriptivo cualitativo de varios vídeos de TikTok de diversos autores, hasta encontrar un patrón basado en los principios de saturación y redundancia.

El punto de partida son las directrices descriptivas planteadas por Casetti y Di Chio²⁶ en «Cómo Analizar un filme», para establecer un esquema de lectura que permita estructurar el contenido de los posts.

Por tanto, este trabajo, que se centra en un análisis descriptivo cualitativo desde el punto de vista narrativo, distingue tres elementos fundamentales:

²² Abrahin ODION y Sousa EVITOM (2013).

²³ Daria PIACENTINO *et al.* (2020), pp. 101-121.

²⁴ S. HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, M. FERNÁNDEZ SALIM e I. ORTIZ GONZÁLEZ (2017).

²⁵ Teun A. VAN DIJK (1999), pp. 23-26.

²⁶ Francesco CASETTI y Federico DI CHIO (2007).

- 1. Los existentes, que comprenden a los personajes y ambientes o escenarios que contienen eventos.
- 2. Los eventos o sucesos susceptibles de provocar cambios, que pueden ser acciones intencionales y acontecimientos provocados por elementos ambientales o grupos anónimos.
- 3. Las transformaciones, que suponen el paso de una situación a otra, el punto de giro que hace evolucionar el discurso.

El esquema de lectura propuesto por Casetti y Di Chio se enmarca en una metodología recurrente y validada por otros autores especializados en el análisis textual audiovisual. Con el fin de abarcar todos los aspectos mencionados, se ha desarrollado un esquema de lectura flotante de la muestra para analizar cada bloque temático. Este método se ha escogido porque es imprescindible considerar cada aspecto narrativo del contenido en toda su riqueza de elementos lingüísticos, gramaticales, sintácticos y estilísticos, así como su función en la transmisión de ideas y conceptos. Es decir, se trata de resaltar cómo el funcionamiento estético de los posts repercute en sus estrategias comunicativas y, por tanto, en la apología del consumo de sustancias anabolizantes.

El esquema se divide en dos fases. En la primera, se analiza toda la puesta en escena de los sujetos y objetos que intervienen en la representación. En la segunda, se pone el foco en los posibles nudos argumentales, así como en los valores que refuerzan los principios que predisponen o no hacia el uso de sustancias anabolizantes (tabla 2).

TABLA 2. ESQUEMA PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO SOBRE EL FITNESS Y LA APOLOGÍA DEL USO DE SUSTANCIAS ANABOLIZANTES

Información General del Video	
ID del Video	
Fecha de Publicación	
Duración del Video	
Número de Vistas	
Número de Me Gusta	
Número de Comentarios	
Número de Compartidos	
Hashtags Utilizados	
Características del Creador	
Nombre del Usuario	
Número de Seguidores	
Perfil Verificado (Sí/No)	
Biografía del Usuario (Resumida)	
Otros Temas Frecuentes en el Perfil	

Análisis del Contenido del Video	
Tema Principal	Promoción del uso de anabolizantes, Información educativa, Experiencia personal, Humor/sátira, Crítica al uso de anabolizantes, Otros (especificar):
Tono del Video	Positivo, Neutro, Negativo
Sentimiento Percibido	Apoyo, Neutralidad, Crítica
Detalles Específicos del Contenido	
Menciones Específicas de Sustancias	Tipo de anabolizantes mencionados (e.g., testosterona, nandrolona, stanozolol): Menciones de dosis o ciclos:
Información sobre Efectos Secundarios	Sí/No. Si la respuesta es Sí, especificar: Efectos secundarios mencionados:
Menciones de Beneficios Percibidos	Sí/No. Si la respuesta es Sí, especificar: Beneficios mencionados:
Uso de Evidencia Científica o Testimonios Médicos	Sí/No. Si la respuesta es Sí, especificar: Tipo de evidencia mencionada:
Narrativa Personal (Testimonio de Uso)	Sí/No. Si la respuesta es Sí, especificar: Detalles del testimonio:
Presencia de Advertencias o Desaconsejación del Uso	Sí/No. Si la respuesta es Sí, especificar: Tipo de advertencia:
Interacción del Público	
Comentarios Principales (Resumidos)	Sentimiento predominante en los comentarios (positivo, negativo, neutro): Temas recurrentes en los comentarios:
Engagement con el Video	Alto (más del 10 % de interacciones sobre el total de vistas), Medio (entre 5 % y 10 % de interacciones sobre el total de vistas), Bajo (menos del 5 % de interacciones sobre el total de vistas)
Observaciones Adicionales	
Aspectos Visuales y Auditivos	Uso de texto en pantalla, música, efectos especiales:
Mensajes Subliminales o Implícitos	
Cualquier Otra Información Relevante	
Conclusiones	
Impacto Potencial del Video	Alto (posible influencia significativa en el comportamiento del espectador), Medio (alguna influencia en el comportamiento del espectador), Bajo (influencia limitada o nula en el comportamiento del espectador)
Recomendaciones para Monitoreo y Regulación	

Fuente: Elaboración propia, a partir de Casseti y Di Chio

En cuanto a la muestra, para este estudio se han analizado 80 videos relacionados con el consumo de sustancias anabólicas, ya sea fomentando su uso o advirtiendo sobre los posibles daños que pueden causar. La franja temporal seleccionada se ubica entre el 18 de febrero de 2022 y el 5 de junio de 2024, proporcionando una perspectiva actualizada sobre la presentación y percepción de estos contenidos.

Para la selección de la muestra, también se tuvieron en cuenta métricas de número de suscriptores, visibilidad y popularidad. En este sentido, el promedio de visitas por video es de 941,866, con un rango que oscila desde un mínimo de 376 visualizaciones hasta un máximo de 7,1 millones. Por ejemplo, el video más visto pertenece a @lifeofstogie, un joven estadounidense de 21 años, que muestra su cuerpo musculado mientras realiza ejercicios en el gimnasio, atribuyendo su fuerza al uso de esteroides.

9. RESULTADOS

En la muestra de 80 vídeos, se identificaron 48 hashtags, de los cuales se realizó un Top 10 según su frecuencia de uso. Los hashtags más utilizados fueron: #gym (25 veces), #gymtok (21 veces), #fitness (13 veces), #foryou (6 veces), #fyp (6 veces), #bodybuilding (6 veces), #esteroides (4 veces), #testosterona (3 veces), #culturismo (3 veces) y #training (3 veces). Estos hashtags reflejan la representación de la comunidad fitness en TikTok, reforzando el enfoque hacia el culto al cuerpo, centrado en la apariencia física y no en la salud. Asimismo, la presencia de hashtags como #esteroides, #testosterona y #culturismo indica una promoción explícita de estas sustancias.

La alta frecuencia de hashtags relacionados con el gimnasio y el culturismo sugiere que estas sustancias se están integrando cada vez más en la narrativa diaria de la comunidad. Al mismo tiempo, algunos creadores utilizan hashtags como #awareness y #education con la intención de concienciar y contrarrestar la apología del uso de esteroides promovida por otros usuarios.

En total, se analizaron 17 creadores diferentes, todos hombres mayores de edad, excepto tres anónimos cuya edad y género no pudieron ser identificados. Los seguidores de estos creadores varían desde 1 245 hasta 516 000 (tabla 3).

TABLA 2. RELACIÓN DE CREADORES ANALIZADOS Y SU NÚMERO SE SEGUIDORES

Usuario	Número de seguidores
Lifefotgie	516700
Joegranadosfit	491800
pedrosr_oficial	192800
victrol3.0	186500
Deangelopro	136000
mazetacenter.pe	134700
Aestheticsupplement	80300
Topghostup	69100
Jeefmuscle	43900
Pedronutri4	34600
Drjeffry	25800
lex.consta.sabat	21900
Manofallgear	6254
gab0.prz	5290
stewie.fitness	3020
teooo_a	2687
Adriandominguez7	1245

Fuente: Elaboración propia, a partir de TikTok.

En cuanto al contenido, los perfiles analizados se pueden dividir en varias categorías según la intención del contenido sobre anabolizantes. Los creadores con intención educativa proporcionan detalles sobre qué son los esteroides, cómo funcionan, sus efectos y los riesgos asociados con su uso. Este tipo de material a menudo incluye explicaciones detalladas sobre los diferentes tipos de esteroides y su impacto en el cuerpo. Un ejemplo es @adriandominguez7, quien publica contenido informativo sobre fitness y nutrición, generalmente con un tono claro y didáctico. En uno de sus vídeos, titulado «Trembolona, el rey de los esteroides», explica pausadamente el origen de esta sustancia, sus efectos positivos, los riesgos asociados y qué personas deberían evitar su consumo bajo cualquier circunstancia.

Por otro lado, algunos creadores se centran en promover el consumo de esteroides destacando los beneficios más obvios. Este contenido suele exagerar los resultados positivos utilizando ángulos favorecedores o iluminación específica para mostrar músculos más definidos. En estos casos, evitan mencionar los efectos negativos o las posibles repercusio-

nes del uso de esteroides, centrándose únicamente en la parte positiva de estas sustancias. Entre los creadores analizados, @lifeofstogie destaca como el *influencer* con mayor comunidad y alcance, ejemplificando el estilo de creadores que promueven el uso de esteroides sin discutir los riesgos asociados.

A través del análisis de los temas principales, se observa cómo se presenta y fomenta el uso de esteroides y sustancias anabólicas, así como las implicaciones que esto puede tener en el público joven de la plataforma. Los seis temas más abordados por los creadores incluyen: 1) Apología al uso de esteroides, 2) Comparación entre natural y anabólico, 3) Riesgos y seguridad, 4) Consejos y recomendaciones, 5) Esteroides y salud mental, 6) Desmentir mitos sobre estas sustancias.

Por ejemplo, muchos videos incentivan el uso de anabólicos destacando sus beneficios sin mostrar los efectos secundarios, como es el caso de @aestheticsupplements en su video «Primobolan, el favorito de los falsos naturales», que resalta los beneficios de esta sustancia sin mencionar ningún riesgo.

En algunos videos se muestra la comparación entre el cuerpo de los creadores cuando eran naturales y después de haber consumido esteroides, destacando así los presuntos beneficios de estas sustancias. Un ejemplo es la cuenta @lifeofstogie, que en un video muestra su cuerpo natural y luego imágenes tras el consumo de esteroides, incitando a los jóvenes a considerar el uso de anabólicos para obtener el cuerpo deseado. Por otra parte, aunque con menor frecuencia, algunos videos abordan la seguridad y los riesgos asociados con el uso de esteroides. Sin embargo, en muchas ocasiones estos mensajes se minimizan o se presentan de manera que los usuarios no los perciben como un impedimento significativo.

En cuanto a los consejos y recomendaciones, muchos creadores, como @pedrosr_oficial y @aestheticsupplement, ofrecen guías detalladas sobre cómo realizar su primer ciclo de esteroides, indicando dosis y periodos de tiempo que deben respetar. Estos videos actúan como una guía informativa, normalizando y facilitando el acceso de los jóvenes a estas sustancias.

Por otra parte, algunos videos presentan los esteroides como una manera de mejorar la salud mental, derivada de la confianza que genera una transformación física. @deangelopro trata este tema en «¿Merece la pena ciclarse?», en el que se afirma que personas con baja autoestima pueden comenzar a consumir esteroides para ganar confianza y mejorar su salud mental.

En cuanto al contenido que busca desmentir mitos, la intención es reforzar la percepción de que no son tan peligrosos, desacreditando a

aquellos que denuncian su nocividad. Un ejemplo de esto es @drjeffry, quien en uno de sus vídeos desmiente que la hormona del crecimiento sin control médico genere cáncer, argumentando que esta no acelera el crecimiento del tumor.

En términos de tono y percepción, los vídeos analizados presentan diferentes enfoques. El tono más prevalente es cercano e informal, presente en un 44 % de los vídeos, lo que facilita la conexión con la audiencia. Un 32.9 % de los vídeos tiene un tono educativo e informativo, reflejando el esfuerzo por parte de los creadores por contrarrestar la apología del uso de sustancias, aunque en muchos casos este tono también promueve el consumo al brindar información detallada sobre el impacto físico positivo de los esteroides. Un tono provocador y desafiante se percibe en un 4.9 % de los vídeos, interpretado como un reto a tomar riesgos y experimentar. En ocasiones, los vídeos son humorísticos (6.1 %), lo que trivializa el uso de esteroides y desensibiliza al público joven. Por último, algunos creadores adoptan un tono serio y educativo (3.7 %), haciendo hincapié en los riesgos y efectos negativos, con potencial para concienciar a los jóvenes sobre el peligro de estas sustancias.

Finalmente, los sentimientos percibidos en los comentarios se han dividido en tres categorías principales: apoyo al consumo, neutralidad y oposición al consumo. La mayoría de los comentarios (62.5 %) reflejan un apoyo claro al uso de esteroides, lo que sugiere una normalización y aceptación de su uso por parte de la comunidad. Un 22.5 % de los comentarios no se posicionan claramente ni a favor ni en contra del uso de esteroides, lo que indica una postura neutral posiblemente debido a la falta de información o a la percepción de que ambos argumentos tienen puntos válidos. Por último, el 15 % de los comentarios muestran una clara oposición al consumo de esteroides, destacando los riesgos para la salud y expresando preocupaciones éticas sobre la ventaja en competiciones y el desvirtuar el esfuerzo.

10. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Se identificaron tendencias preocupantes donde muchos influencers de la comunidad fitness promueven abiertamente el uso de esteroides, destacando sus beneficios para el rendimiento físico y la apariencia muscular, mientras minimizan o ignoran los riesgos asociados. Este comportamiento refleja la aprobación de prácticas potencialmente peligrosas y una desinformación generalizada. La dependencia de los esteroides, vinculada a factores culturales, se ve reforzada por la retroalimentación positiva en redes sociales, con un refuerzo inmediato y positivo que potencia la adicción²⁷.

²⁷ Scott GRIFFITHS *et al.* (2018), pp. 149-156.

Además, los menores de edad consumen este contenido sin filtros, con comentarios alarmantes como «¿Si tengo 15 años y me tomo mk677 me hará crecer más?» En este sentido, Audrezet, Kerviler y Moulard²⁸ también subrayan cómo la normalización y minimización de riesgos en redes sociales incrementan el consumo de esteroides.

A esto hay que añadir, que los contenidos más populares en TikTok suelen ser aquellos que promueven el uso de esteroides mostrando transformaciones físicas dramáticas. Por el contrario, enfoques educativos sobre los riesgos y efectos secundarios de los esteroides son menos frecuentes y tienen un menor alcance. Chae²⁹ destaca cómo la popularidad de estos contenidos, que enfatizan las transformaciones físicas, refleja una priorización de beneficios estéticos sobre los riesgos. Mientras, Lou y Yuan³⁰ señalan que la carencia de información verificada socava la efectividad de los videos educativos.

Finalmente, el análisis de hashtags muestra que los más comunes están relacionados con la comunidad fitness, como #gym, #gymtok y #fitness. La alta frecuencia de estos hashtags indica que las sustancias se están integrando en la narrativa diaria de la comunidad, normalizando su uso en la búsqueda de un cuerpo idealizado³¹.

Por todo lo dicho con anterioridad, en una primera aproximación prospectiva, se confirman las hipótesis planteadas y se plantean dos nuevas líneas de investigación. Así, (H1): Se confirma que los contenidos analizados en TikTok promueven el uso de esteroides. Los videos destacan principalmente los beneficios inmediatos de los esteroides, minimizando o ignorando por completo los efectos secundarios. Nuestra (H2) parece quedar validada al observar que solo el 38.75 % de los videos mencionan los riesgos asociados con el consumo de esteroides. Por último, la (H3) se confirma que las comunicaciones sobre esteroides en TikTok son emotivas y que los creadores de contenido, por lo general, suelen representar cánones de belleza atractivos que persuaden a los jóvenes del uso de estas sustancias.

Para concluir, tras el análisis de los 80 vídeos se sugiere una nueva línea de investigación relacionadas con la descompensación de género en el tratamiento de estos contenidos. Solo el 7.5 % de los vídeos analizados se dirige al público femenino, cuando el mundo del fitness femenino goza de gran aceptación y auge en la actualidad, con la irrupción de figuras como Paloma Parra (soledadpalomaparramartin).

²⁸ Alice AUDREZET, Gwarlann de KERVILER y Julie Guidry MOULARD (2020), pp. 557-569.

²⁹ Jiyoung CHAE (2018), pp. 246-262.

³⁰ Chen LOU y Shupeí YUAN (2019), pp. 58-73.

³¹ Sancheng PENG *et al.* (2018), pp. 17-32.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADEANE, E., y STASIAK, K. (2023). «Youth Responses to Social Media Influencers Discussing Mental Health Online». *European Psychiatry*, 66, S855 - S855. <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2023.1811>.
- AMNISTÍA INTERNACIONAL (2023). *Empujados a la oscuridad: El feed «Para ti» de TikTok fomenta la autolesión y la ideación suicida - Amnistía Internacional*. <https://www.amnesty.org/es/documents/pol40/7350/2023/es/> <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2023.1811>.
- AUDREZET, Alice, KERVILER, Gwralann de y MOULARD, Julie Guidry. (2020). «Authenticity under threat: When social media influencers need to go beyond self-presentation». *Journal of Business Research*, 117, 557-569. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.07.008>.
- CASETTI, Francesco y DI CHIO, Federico. (2007). *Como analizar un film*. Ediciones Paidós.
- CHAE, Jiyoung. (2018). «Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers». *Media Psychology*, 21, 246-262. <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1328312>.
- ESPAÑA DIGITAL (2023). *Publicados por el INE los resultados de la encuesta «Equipamiento y uso de TIC en los hogares» del año 2023 | España Digital 2026*. <https://espanadigital.gob.es/actualidad/publicados-por-el-ine-los-resultados-de-la-encuesta-equipamiento-y-uso-de-tic-en-los>.
- FRÍAS, Carlos (2023). «Los SARMS, los esteroides de moda que ya se fabrican en España y llegan a los gimnasios». *El Independiente*. <https://www.elindependiente.com/espana/2023/04/23/los-sarms-los-esteroides-de-moda-que-ya-se-fabrican-en-espana-y-llegan-a-los-gimnasios/>
- GLOBIG, Laura K., HOLTZ, Nora y SHAROT, Tali. (2023). «Changing the incentive structure of social media platforms to halt the spread of misinformation». *eLife*, 12. <https://doi.org/10.7554/eLife.85767>.
- GRIFFITHS, Scott *et al.* (2018). «The Contribution of Social Media to Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms, and Anabolic Steroid Use Among Sexual Minority Men». *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 21, 149 - 156. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0375>.
- GUIZZO, Francesca, CANALE, Natale y FASOLI, Fabio. (2021). «Instagram Sexualization: When posts make you feel dissatisfied and wanting to change your body». *Body Image*, 39, 62-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.06.005>.
- HENRIQUES, Mavis y PATNAIK, Debasis. (2021). «Social Media and Its Effects on Beauty». En *IntechOpen eBooks*. <https://doi.org/10.5772/intechopen.93322>.
- HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, S., FERNÁNDEZ SALIM, M. y ORTIZ GONZÁLEZ, I. (2017). «Efectos secundarios derivados del consumo de esteroides anabólicos en el deportista». *Revista Iberoamericana de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, 6(1). <https://doi.org/10.24310/riccafd.2017.v6i1.3807>.
- HIDALGO, Carlos. (2021). «El tráfico de anabolizantes crece un 20% y la edad de inicio de consumo baja a 16 años». *ABC*. https://www.abc.es/espana/madrid/abci-trafico-anabolizantes-crece-20-por-ciento-y-edad-inicio-consumo-baja-16-anos-202104260105_noticia.html.

- IAB Spain. (mayo, 2023). *Estudio de Redes Sociales 2023, por edad*. Recuperado 23 de mayo de 2024 de, <https://iabspain.es/iab-spain-presenta-el-estudio-de-redes-sociales-2023/>
- KLIER, Kristina, ROMMERSKIRCHEN, Tessa y BRIXIUS Klara (2022). «#fitspiration: a comparison of the sport-related social media usage and its impact on body image in young adults». *BMC Psychology*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-022-01027-9>.
- LOU, Chen y YUAN, Shupe. (2019). «Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media». *Journal of Interactive Advertising*, 19, 58 - 73. <https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>.
- MAS IGLESIAS, José Manuel. (2024). «Influencers y Peers en la comunicación sexualizada en Instagram.: ¿Influye el género del receptor, en el nivel de engagement de esta comunicación?», *Comunicación y Hombre*, (20), 127-148. <https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2024.20.789.127-148>.
- MORENO, A. (2022). «El lado oscuro de Tik Tok: Los videos de dietas de no profesionales podrían incentivar los trastornos ali...» *elcierredigital.com*. Recuperado 13 de mayo de 2024 de, <https://elcierredigital.com/salud-y-bienestar/824256591/tik-tok-videos-dietas-no-profesionales-incentivan-trastornos-conducta-alimentaria.html>.
- NOORI, Nooriailai, SAYES, Ajmal y ANWARI, Gulaqa (2023). «The Negative Impact of Social Media on Youth's Social Lives». *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v3i1.613>.
- ODION, Abrahin y EVITOM, Sousa. (2013) «Esteroides anabolizantes androgénicos y sus efectos colaterales: una revisión científica crítica». *Revista de Educación Física*, <http://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/es/lil-711196>.
- PENG, Sancheng *et al.* (2018). «Influence analysis in social networks: A survey». *Journal Of Network And Computer Applications*, 106, 17-32. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2018.01.005>.
- PIACENTINO, Daria *et al.* (2015). «Anabolic-androgenic Steroid use and Psychopathology in Athletes. A Systematic Review». *Current Neuropsychopharmacology*, 13, 101-121. <https://doi.org/10.2174/1570159X13666141210222725>.
- QUSTODIO (2024). *Estudio Anual de Qustodio: «Nacer en la era digital: La generación de la IA»*, <https://www.qustodio.com/es/research/estudio-anual-de-qustodio-2023/>
- Red.Es (2022). «Un 98% de los menores españoles usa internet de forma habitual desde la pandemia», <https://www.red.es/es/actualidad/noticias/un-98-de-los-menores-espanoles-usa-internet-de-forma-habitual-desde-la-pandemia>.
- RODGERS, Rachel F., SLATER, Amy, GORDON, Siân A., MCLEAN, S., Jarman, Hannah K., y PAXTON, Susan J. (2020). «A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys». *Journal of Youth and Adolescence*, 49, 399-409. <https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0>.

- SANCHIS, Albert (2021). «Cada vez más jóvenes españoles toman anabolizantes para doparse en el gimnasio, y no solo culturistas». *Xataka*. <https://www.xataka.com/magnet/cada-vez-jovenes-espanoles-toman-anabolizantes-doparse-gimnasio-no-solo-culturistas>.
- SERVIMEDIA (2022) «Los jóvenes de la Generación Z aseguran tener mejor salud física y peor salud emocional que los millennials». <https://www.servimedia.es/noticias/jovenes-generacion-z-aseguran-tener-mejor-salud-fisica-peor-salud-emocional-millennials/3473078>.
- STATISTA (2023a). «Número de usuarios de TikTok en España». Recuperado 19 mayo de 2024, <https://es.statista.com/estadisticas/1194880/usuarios-de-tiktok-espana>.
- (2023b). «Distribución porcentual por edad de los usuarios de TikTok en España». <https://es.statista.com/estadisticas/1178532/distribucion-porcentual-por-edad-de-los-usuarios-de-tittok-en-espana/>
- SCHWARTZ, Shalom H. (1992). «Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries». En M. P. ZANNA (ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 25, pp. 1-65). *Academic Press*. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6).
- VAN DIJK, Teun. A. (1999). «El análisis crítico del discurso». *Revista anthro-pos: Huellas del conocimiento*, 186, 23-26.

LA EXPERIENCIA MUSEÍSTICA COMO MODERADORA DEL EFECTO BUMERÁN EN PUBLICIDAD

Ana PEDREÑO SANTOS
Universidad Complutense de Madrid

Mónica VIÑARÁS ABAD
Universidad Complutense de Madrid

Sonia CARCELÉN GARCÍA
Universidad Complutense de Madrid

1. INTRODUCCIÓN

El efecto bumerán en publicidad se produce cuando una campaña publicitaria provoca el efecto contrario al deseado. Esta reacción es particularmente observable en campañas relacionadas con grupos vulnerables (por cuestiones de raza, diversidad sexual o género entre otros). Este efecto se ha visto incrementado en los últimos años a causa de la polarización mediática y social existente.

El objetivo de este trabajo es estudiar el efecto bumerán y otros posibles efectos negativos en la comunicación relacionada con públicos vulnerables. El trabajo delimita en qué condiciones aparece el efecto bumerán de modo que pueda ser evitado en las campañas de comunicación relacionadas con estos públicos. Se trata de un trabajo de delimitación teórico- conceptual que facilita el análisis de campañas de sensibilización mediante comunicación tradicional, transmedia y acciones centradas en la experiencia presencial.

Adicionalmente, se estudia el museo como alternativa eficaz para contribuir al pensamiento crítico entre los jóvenes, permitiendo defenderse de la desinformación y evitando así la polarización social. Esta opción comunicativa es especialmente relevante en un país donde la oferta museística es uno de sus grandes patrimonios.

Finalmente, se proponen, a partir de los resultados obtenidos en la investigación, alternativas más eficaces en la comunicación en favor de los públicos vulnerables basadas en intervenciones comunicativas experienciales.

El objetivo de esta investigación es investigar sobre alternativas eficaces en la comunicación persuasiva frente al efecto bumerán, basadas en la experiencia museística.

Para ello, se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica de las variables del estudio. Por el lado de la teoría del efecto bumerán, se define el fenómeno así como las herramientas para prevenirlo. Por la parte de la experiencia museística, se aborda el rol de museo, su función social, el lenguaje museográfico y el aprendizaje experiencial.

El origen de esta investigación parte de la hipótesis de que la experiencia museística proporciona un aprendizaje informal basado —entre otras causas— en la autoridad de la institución, pudiendo contrarrestar el efecto bumerán de campañas publicitarias en un entorno de sobreinformación.

2. EL EFECTO BOOMERANG EN COMUNICACIÓN

2.1. Marco teórico del efecto bumerán

El efecto bumerán se produce cuando la creencia, la actitud o el comportamiento del receptor de un mensaje, se mueve en dirección opuesta a la posición defendida en un mensaje¹. En una situación de efecto bumerán, el público se pone a la defensiva y rechaza el mensaje². Se trata de una comunicación no solo es ineficaz, sino también contraproducente.

Las teorías relacionadas con el efecto bumerán parten del ámbito de la psicología y se desarrollan especialmente en el ámbito de la comunicación política y del marketing social. Las personas pueden percibir un mensaje como más o menos coherente con su creencia o actitud inicial sobre un tema (es decir, proactitudinal) o como discrepante de su creencia o actitud (es decir, contraactitudinal). El resultado de la comunicación viene determinado por cómo se evalúa un mensaje, y no

¹ Xinyan ZHAO y Eduard FINK (2021).

² Tatiana, Levit y Magdalena, Cismaru (2020).

siempre hay una relación con la calidad de los argumentos utilizados para persuadir³. Los mensajes contraactitudinales se han estudiado como antecedentes clave del efecto bumerán en la teoría de la reactancia psicológica. Según la teoría de la reactancia la forma más directa que tiene el individuo para restablecer la libertad que siente tener, es a través del efecto bumerán. Tanto la discrepancia del mensaje como la amenaza a la libertad percibida predicen directamente la reactancia y con ella el efecto bumerán⁴.

Esto ocurre incluso cuando la información es errónea o falsa. A menudo la información errónea puede seguir influyendo en el pensamiento de las personas incluso después de recibir una corrección y aceptarla como verdadera⁵. Es por ello que los comunicadores de noticias falsas animan a las personas a que «confíen en sus emociones porque estas aumentan su vulnerabilidad ante la desinformación. Entre la emoción y la persuasión, las personas se inclinan de forma natural hacia un lenguaje más emocional cuando intentan convencer a los demás⁶. La interpretación de la información también se ve afectada por el propio estado emocional. Así, un estado anímico alegre aumenta las posibilidades de engaño en las personas más vulnerables, la tristeza reduce la credulidad y la ira refuerza las opiniones concordantes con las propias creencias.

La creciente polarización ha dado lugar a un aumento de los estudios relacionados con el efecto bumerán en el ámbito político y las creencias de los ciudadanos. Estas opiniones se forman influenciadas por factores cognitivos, sociales y afectivos⁷. La teoría del razonamiento motivado indica que los individuos con fuertes convicciones personales quieren escuchar informaciones que estén en línea con su forma de pensar y rechazan otras que no se ajusten a sus opiniones y creencias previas⁸. Cuando los razonadores motivados están expuestos a información que choca con sus creencias, desarrollan un escepticismo motivado en el que contraargumentan mentalmente contra cualquier estímulo que pudiera despolarizar sus opiniones⁹. Por ejemplo, si un mensaje se valora como una amenaza a la identidad esto puede provocar emociones negativas intensas que motiven estrategias como desacreditar la fuente, ignorar las pruebas inconsistentes con su visión del mundo o centrarse

³ Xinyan ZHAO y Eduard FINK (2021).

⁴ Xinyan ZHAO y Eduard FINK (2021).

⁵ Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp.14-15.

⁶ Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp.14-15.

⁷ Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp.14-15.

⁸ John ZHOU (2016), pp. 788-811.

⁹ John ZHOU (2016), pp. 788-811.

selectivamente en las pruebas que la refuerzan¹⁰. Se trata de ámbitos claramente abonados para que se produzca un efecto bumerán.

2.2. Comunicaciones con efecto bumerán

Las comunicaciones que mayor efecto bumerán producen son aquellas que piden al ciudadano cambios en su conducta¹¹. Los mensajes sobre normas sociales tienen como objetivo animar a los individuos a participar en comportamientos socialmente beneficiosos cambiando su beneficio individual por el colectivo¹². Si la norma social no va acompañada de una norma imperativa, queda en manos del ciudadano la decisión de acatar o no la norma solicitada. Para evitar el efecto bumerán en estos casos Chongwilaikasaem y Ayaragarnchanakul¹³, sugieren la combinación de una norma social descriptiva junto con una norma imperativa.

Los ámbitos en los que Osman¹⁴ encontró un mayor número de efectos bumerán tras clasificar 65 estudios sobre el tema en más de veinte países de diferentes continentes, son aquellas comunicaciones relacionadas con intervenciones relacionadas con la conducta en el ámbito de la salud (25 %) (mejorar la dieta, hacer más deporte), medio ambiente (28 %) (consumo sostenible, reducción de consumo de energía y agua), aumento de las donaciones benéficas (13 %), aumento del cumplimiento de las obligaciones fiscales (8 %). Habitualmente, la comunicación de estas iniciativas se realiza a través de cartas y mensajes de texto (24 %) ^{15, 16}.

Cuando hay discrepancia entre cómo se envió el mensaje y cómo se recibió, es necesario entender qué es lo que desencadena que el pensamiento y el proceso interpretativo del receptor se desvíe del efecto esperado¹⁷. La segmentación de la audiencia basada en las posiciones de creencia previas al mensaje es un primer paso fundamental para adaptar las comunicaciones a sus receptores. Las percepciones normativas sociales que cada grupo se construye (basado en experiencias directas compartidas, la exposición a medios de comunicación específicos y un imaginario colectivo) hace que una misma comunicación sea

¹⁰ Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp.14-15.

¹¹ Magda OSMAN (2020).

¹² Jinky KUANG y Cristina Bicchieri (2024).

¹³ Sukampon CHONGWILAİKASAEM y Eva AYARAGARNCHANAKUL (2023).

¹⁴ Magda OSMAN (2020).

¹⁵ Magda OSMAN (2020).

¹⁶ Larry SWATUK, Bejoy THOMAS, Lars WIRKUS, Florian KRAMPE y Luis BATISTA DA SILVA (2020), pp.61-67.

¹⁷ Jinkay XU (2020).

interpretada de forma completamente diferente según el grupo al que se pertenece (ejemplo habitual es el de la raza), convirtiéndose en motivo de polarización¹⁸. Por ello es interesante que el comunicador conozca que varios mensajes proactitudinales emitidos conjuntamente pueden acercar la posición de la audiencia sin que se produzca un bumerán¹⁹.

2.3. Herramientas para prevenir el efecto bumerán

Una forma de prevenir el efecto bumerán sobre un determinado tema, es la de modificar el marco de comunicación desde el que este se trata. Los marcos de comunicación están afectados por dos tipos de efectos, el del mensaje y el de la fuente del que procede. En general, los mensajes son más persuasivos y parecen más verdaderos cuando proceden de fuentes percibidas como creíbles y las personas confían más en las fuentes de información humanas si perciben a la fuente como atractiva, poderosa y similar a ellas²⁰. Dado que diversas investigaciones han mostrado que las personas son más receptivas a los mensajes emitidos por las personas que pertenecen al partido político con el que se identifican²¹, para evitar un efecto bumerán sobre un tema polarizante como es, por ejemplo, el del cambio climático, puede hacerse referencia al consenso científico, mitigando así el efecto ideológico y utilizando un marco de salud pública. Así mismo, un marco basado en valores culturales puede reafirmar (en lugar de atacar) los valores más conflictivos, reduciendo la probabilidad de una contraargumentación motivada.

Proponer los temas desde nuevos marcos y permitir que la gente delibere puede mejorar sus juicios. Si a la evaluación rápida de un titular le sigue la oportunidad de recapacitar, se reduce la creencia en las noticias falsas, pero no en las noticias²².

Como opción para prevenir el efecto bumerán, puede considerarse la utilización de advertencias dirigidas a evitar contenidos que pueden generar efectos negativos en los espectadores. Estas advertencias están destinadas a ayudar a las personas a prepararse para un contenido (p.e. violencia o uso de drogas) o a evitarlo (p.e. programación infantil)²³. Cada vez son más los tipos de experiencias que vienen precedidas de advertencias, como es el caso de aquellas relacionadas con grupos que han sufrido marginación o violencia por razón de diversidad de género

¹⁸ Jie ZHUANG (2023), pp. 2350-2358.

¹⁹ Xinyan ZHAO y Eduard FINK (2021).

²⁰ Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp. 14-15.

²¹ Z John ZHOU (2016), pp. 788-811.

²² Usay ECKER, U. K., Samy LEWANDOWSKY, S., John COOK, J., Paula SCHMID, P., Lia FAZIO, L. K., Nolan BRASHIER y Marcus AMAZEEN, M. A. (2022), pp. 14-15.

²³ Victoria BRIDGLAND, Paiton JONES, Paiton y Benjamín BELLET (2022).

o racial entre otros^{24, 25}. Si bien el ámbito más habitual para encontrarlas es en los contenidos audiovisuales en formatos televisivos, estas manifestaciones se observan cada vez más en otros entornos, como es el caso de los museos²⁶. Los defensores de estas advertencias afirman que ayudan a los espectadores a evitar o estar preparados para un contenido que puede afectarlos emocionalmente. Los detractores sostienen que estas notas contribuyen a una cultura de evitación y que infunden miedo, generan angustia anticipatoria y además no consiguen que los usuarios dejen de ver el contenido sobre el que están advirtiendo²⁷.

Levit y Cismaru²⁸ han analizado algunas campañas relacionadas con el marketing social indicando como elementos que hicieron fracasar las campañas los siguientes: 1) hacer sentir culpables a los receptores 2) concienciar en un tema obviando efectos colaterales 3) uso de imágenes negativas y estigmatizantes 4) centrados en emociones negativas 5) centrado en la concienciación excluyendo otros procesos. También recogen las características, basadas en la teoría de marketing, que las hicieron tener éxito: 1) presentar actitudes positivas, 2) percepción de autoeficacia y consecución al logro 3) expectativa de resultados positivos 4) realismo y orientación a las barreras a superar, incluyendo recomendaciones fáciles de seguir 5) correcta selección de los medios en base al mensaje y al público objetivo.

Adicionalmente, Kuang y Bicchieri²⁹, apuntan la necesidad de considerar también las características semánticas de los mensajes para evitar el efecto bumerán. En concreto en los mensajes sobre normas sociales, es importante ser explícitos y añadir datos estadísticos que minimicen la ambigüedad, reforzando normas sociales que están ya establecidas (p.e. no tirar papeles al suelo).

De cara a realizar una campaña publicitaria, hay que considerar que no se previene el efecto bumerán, es posible que se genere una crisis en la organización que ha realizado la campaña. En este caso, la literatura indica que las organizaciones que admiten sus errores y reaccionan con prontitud a las demandas de las partes involucradas tienden a superar una crisis relativamente más rápido que las organizaciones que deciden comportarse de forma pasiva³⁰. Eso sí, las reacciones deben ser medidas ya que puede ocurrir que las partes interesadas perciban la reacción de la empresa o institución como poco sincera o estratégica, generando un efecto negativo mayor.

²⁴ Mikel ALLENDOERFER, Arnold MURDIE y Richard WELCH (2020), pp. 111-119.

²⁵ Cristina NIZAMIDOU (2023), pp. 248-269.

²⁶ Victoria BRIDGLAND, Paiton JONES, Paiton y Benjamín BELLET (2022).

²⁷ Victoria BRIDGLAND, Paiton JONES, Paiton y Benjamín BELLET (2022).

²⁸ Tatiana, Levit y Magdalena, Cismaru (2020).

²⁹ Jinky KUANG y Cristina BICCHIERI (2024).

³⁰ Cristina NIZAMIDOU (2023), pp. 248-269.

3. PUBLICIDAD SOCIAL Y CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN

La publicidad social es un tipo de comunicación publicitaria persuasiva, pagada, intencional e interesada que sirve a causas de interés social específicas a través de los medios publicitarios. Como resultado, la publicidad social busca objetivos no comerciales que contribuyan al desarrollo social y humano, ya sea a corto o a largo plazo, y puede formar parte de programas de cambio y concienciación social. A priori, el aspecto más distintivo de esta definición es su sección final. Estamos hablando de una publicidad que se enfoca en causas de interés social, tiene objetivos no comerciales y tiene como objetivo contribuir al desarrollo social³¹.

La publicidad es una forma de comunicación conocida como persuasiva, sin embargo, al referirnos a la publicidad social es más adecuado entenderla como una fuerza suasoria, que se manifiesta en dos formas: persuasión y disuasión. Por ejemplo, en dos campañas de seguridad vial, no es lo mismo persuadir para utilizar el cinturón que disuadir de conducir bajo los efectos del alcohol. Esta segunda forma de suasión es muy recurrente en la publicidad social.

En los últimos años, el aumento de las campañas de publicidad social es patente. Si tenemos en cuenta el papel que juega esta disciplina en nuestra sociedad, esta situación no es casual. Codeluppi³² recoge la idea de que la publicidad puede ejercer una positiva influencia social como un instrumento de modernización de la sociedad. El filósofo francés Mattelart³³ en su famoso libro *La publicidad* manifestaba que la institución publicitaria propone más que nunca un modelo de organización de las relaciones sociales. Por tanto, el desarrollo de la publicidad social es fruto de un cambio social.

Actualmente estamos asistiendo a una vertiginosa dinámica de cambios sociales que coincide, como señala Lipovetsky³⁴, con la conjunción de fenómenos económicos (liberación de los mercados en un capitalismo planetario), innovaciones tecnológicas (nuevas tecnologías de la información y la comunicación) y cambios radicales de la situación geopolítica. Esto se refleja en primer lugar, en reducir la capacidad del Estado para administrar los servicios sociales mediante la transferencia de parte de la responsabilidad a empresas privadas y otras organizaciones. En segundo lugar, estas empresas intentan participar en estos proyectos asumiendo un papel activo y social, ya sea dentro de la estrategia de responsabilidad social corporativa o, en algunos

³¹ Carolina SORRIBAS, C. y SABATÉ, Joan (2006).

³² Vanni CODELUPPI, V. (2007).

³³ Armand MATTELART (2000).

³⁴ Gilles LIPOVETSKY, G. (2011), pp. 11-102.

casos, dentro de las estrategias de imagen y reputación corporativa. Finalmente, se refleja en los propios habitantes, quienes son más sensibles y responsables en cuanto a temas sociales. Lipovetsky³⁵ habla de una nueva cultura-mundo que consagra las dos grandes ideologías del siglo XXI: la ecología y los derechos humanos. Esta nueva ideología que reivindica un mundo mejor a través del crecimiento constante y sostenible relacionado con el progreso se las tiene que ver con sus propias contradicciones, las que el efecto dominante de voluntad de poder crea. La publicidad social es para él una oportunidad.

Sin embargo, si bien la publicidad social tiene unos objetivos que se alejan de lo comercial para presentarse como una comunicación persuasiva beneficiosa para toda la sociedad, su efectividad no está garantizada, como se ha comentado.

Arroyo³⁶ denomina a la publicidad social, la tercera vía: la publicidad social ayuda a resolver esa contradicción en la medida en que selecciona los valores más destacados de la realidad que transporta a través de metáforas. La publicidad social es, por tanto, una enorme promesa que ofrece argumentos racionales y/o emocionales para que los públicos encuentren razones para tomar decisiones y adquirir compromisos.

4. LOS MUSEOS Y LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

En este apartado se aborda la realidad del museo y su capacidad de comunicación. Se ha llevado a cabo una búsqueda de aquellos aspectos del museo que le confieren un poder persuasivo para influir en los pensamientos, actitudes y comportamientos de las personas. El objetivo es mostrar las investigaciones que existen sobre esta capacidad del museo y cómo y por qué existe y, lo que es más importante, cómo usar esta potencialidad para concienciar y sensibilizar.

4.1. La evolución del Museo y su papel en la sociedad

Los museos son una de las instituciones más antiguas de la Humanidad, con el paso del tiempo su papel ha ido evolucionando, sin perder su esencia: conservar el patrimonio.

El ICOM se fundó en 1946, en una época en la que los llamamientos al pacifismo y a la unidad hicieron nacer muchas organizaciones internacionales con el objetivo de construir una paz duradera tras la Segunda Guerra Mundial. El conflicto había terminado; pero la reconciliación aún estaba lejos. Chauncey J. Hamlin, entonces presidente del

³⁵ Gilles LIPOVETSKY, G. (2011), pp. 11-102.

³⁶ Isidoro ARROYO (2013), pp. 223-241.

Consejo de Administración del Museo de Ciencias de Búfalo (Estados Unidos), imaginó una organización de museos dedicada a fomentar la cooperación internacional. El ICOM nació el 16 de noviembre de 1946 en una reunión celebrada en el Museo del Louvre de París. El ICOM proporciona desde entonces la definición de museo, que ha ido evolucionando. En 2023 proponen esta³⁷:

Un museo es una institución sin ánimo de lucro, permanente y al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos fomentan la diversidad y la sostenibilidad. Con la participación de las comunidades, los museos operan y comunican ética y profesionalmente, ofreciendo experiencias variadas para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos.

A mediados del siglo xx se produjo una importante propuesta que modificaba la razón de ser del museo, la Nueva Museología. Según Díaz³⁸:

La Nueva Museología buscaba una ruptura estricta con el modelo de museo tradicional para sustituirlo por algo completamente diferente, que fuera más allá de la mera adecuación museográfica a los tiempos que corren, a las nuevas demandas sociales, a los imparable progresos técnicos, a las profundas transformaciones culturales, de ocio o de educación de las últimas décadas. No se trataba de poner al día la museología tradicional, sino de investigar caminos alternativos. Realmente alternativos. Y de ponerlos en práctica.

La Nueva Museología, moviliza a quienes abogan por una transformación radical de las finalidades de la museología y, en consecuencia, preconiza una mutación profunda de la mentalidad y las actitudes del museólogo. Tal es la conclusión que se desprende de los primeros pronunciamientos públicos de un grupo reunido por primera vez en Londres en 1983, con ocasión de la Conferencia General del ICOM, y luego en Quebec en el Primer Taller Internacional sobre los Ecomuseos y la Nueva Museología. La filosofía fundamental de este movimiento aparece expresada en la «Declaración de Quebec». Ligado a este movimiento estaba el surgimiento de los ecomuseos. El primer gran impulsor del movimiento de los ecomuseos será Georges Henri Rivière, desde dentro del propio ICOM, del cual fue fundador y director entre 1948 y 1966.

En estos mismos años la definición de museo adquiría sentido de servicio a la comunidad, donde el museo es una institución al servicio de la sociedad a la que pertenece y posee en sí mismo los elementos

³⁷ ICOM (2022).

³⁸ Ignacio DÍAZ(2010), pp. 8-16.

que le permiten participar en el proceso de formación de la conciencia de la comunidad a la que sirve.

Si bien no todos los profesionales se sienten de acuerdo con esta definición, el siguiente reto está en llevar a cabo este nuevo enfoque por parte de los museos y las organizaciones responsables. En cualquier caso, esta definición permite a los museos afrontar nuevos retos, donde se plantea este proyecto. La última parte de su definición sustenta, en primera instancia, la oportunidad de «ofrecer experiencias para la educación, el disfrute, la reflexión y el intercambio de conocimientos» como propone esta investigación.

Maicera³⁹ ya reclamaba hace casi quince años este papel, alegando que deberían considerarse como instituciones fundamentales para la educación humanizadora que demanda nuestro contexto. Para Córdón⁴⁰ los museos han reformulado sus objetivos a lo largo de los últimos años saliendo de su estatismo y convirtiéndose a través de la comunicación en espacios abiertos al público, más participativos y que promueven el diálogo y encuentro de diferentes agentes sociales.

4.2. El aprendizaje experiencial en el museo: tendencias

La visita al museo es una experiencia, que, además, ha sido planificada. De una manera u otra, tiene una intención. Para la Asociación Internacional de Aprendizaje Experiencial⁴¹ «El aprendizaje experiencial es un proceso que permite al individuo construir su propio conocimiento, desarrollar habilidades y reforzar sus valores directamente desde la experiencia».

Los propios museos son conscientes de esta oportunidad. Para Justicia⁴² *et al.* la visión del museo como espacio conservador y educador parece quedar ya lejos. La existencia, especialmente en el ámbito del arte contemporáneo, de entidades privadas, del museo como marca ciudad o incluso del museo como espacio tecnológico y experimental, da paso a nuevas posibilidades en la manera que estos tienen de comunicarse. El museo contemporáneo, entendido en cierta medida como marca, cada vez más, se debería erigir más allá de cuestiones estéticas, entretenimiento o educación: el museo también debe crear experiencias memorables que puedan satisfacer las necesidades psicológicas del usuario que lo visita.

³⁹ Luz María MACEIRA (2009), pp. 13-17.

⁴⁰ David Córdón-Benito (2018), pp. 484-500.

⁴¹ ASOCIACIÓN INTERNACIONAL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL (2023).

⁴² Yolanda JUSTICIA, María Cristina VERGARA y Juan Diego MAHECHA (2022), pp. 55-66.

Para abordar el concepto de experiencia, el marco teórico se rescata de Pine y Gilmore en torno al marketing experiencial, en el que se distinguen cuatro «reinos» de la experiencia: entretenimiento (que involucra la sensación), educación (el aprendizaje), estética (el estar) y escapismo (el hacer). En el caso de los museos, ya sea intencionado desde la postura del marketing o no, la comunicación experiencial es un elemento intrínseco e inseparable de la experiencia que se vive en ellos⁴³. Añaden los autores que la comunicación experiencial en los museos existe, y no necesariamente ha de estar relacionada con cuestiones de marketing o comerciales. No siempre el objetivo es vender más, a veces el objetivo puede ser levantar cuestiones en torno a alguna temática, incitar a la reflexión o simplemente destacar la entidad como un ente superior en el que se invita a entrar en comunidad.

A la hora de pensar en exposiciones en un museo como herramienta de comunicación para la sensibilización, puede resultar relevante conocer lo que se denomina «Museología Experimental»⁴⁴, ya que se trata de una propuesta donde la exposición adquiere una nueva dimensión, como «laboratorio». Se trata de una nueva manera de entender el museo.

Para esta investigación, interesa no tanto el enfoque que se otorga al museo, sino las posibilidades que ofrece entender la exposición como un laboratorio.

La obra de Sharon MacDonald y Paul Basu fue una de las primeras en hablar de las exposiciones como investigación, si bien no sin cierta polémica. Sugieren que el museo contemporáneo podría beneficiarse del retorno a un estado en el que se producen el experimento y el proceso, en lugar de las exposiciones por sí mismas. De hecho, existen otras investigaciones que se basan en exposiciones dentro del arte y las ciencias sociales que han sido diseñadas y planificadas conscientemente como experimentos.^{45, 46} Esta idea de laboratorio experimental apunta tanto a un movimiento dirigido hacia la experimentación intelectual como a una especie de experimento social.

Ken Arnold⁴⁷ sugiere otro papel que el arte puede desempeñar a la hora de «revivir la investigación en museos». El autor sostiene que el arte establece una relación con los objetos que va más allá del mero reconocimiento. La manera en que el museo expone los objetos influye de tal manera que, la exposición nos empuja a buscar otro tipo de expresividad en las cosas.

⁴³ Yolanda JUSTICIA, Maria Cristina VERGARA y Juan Diego MAHECHA (2022), pp. 55-66.

⁴⁴ EVEMUSEOGRAFÍA (2024).

⁴⁵ Neil CUMMINGS y Marysia LEWANDOWSKA (2007).

⁴⁶ Peter WEIBEL y Bruno LATOUR (2007).

⁴⁷ Ken ARNOLD(2016).

Aguilar⁴⁸ habla del enfoque enactivo que debe tener la exposición para una asimilación no convencional —es decir, una asimilación que se desliga del modelo mental usual de Piaget— «como una técnica de museología experimental, es necesario interferir y hackear el circuito regular de información. Añadir cambio y variaciones al sendero cognitivo de los visitantes a través de diferentes técnicas aplicadas en el espacio expositivo».

Enacción significa hacer emerger, hacer existir, «situar la cognición como acción corporizada»⁴⁹. Desde los años 1990, numerosos científicos han cuestionado las teorías cognitivas que afirmaban que, a grandes rasgos, el conocimiento se daba únicamente en el cerebro. La enacción propone una manera alternativa de conocer, donde los comportamientos son anteceditos y condicionados por el entorno. Es decir «La cognición no sucede solamente en el cerebro, sino que se da en todo el cuerpo y se condiciona por el entorno»⁵⁰. Como sistema abierto⁵¹, el museo depende de sus visitantes, y debe comprender la relación de los visitantes con la versión de realidad que perciben durante la visita.

4.3. El lenguaje museográfico

Si el museo es un espacio de comunicación y experiencia, cuenta además, con su propio lenguaje. Para Fernández⁵² es un lenguaje que, como cualquier otro, tiene sus propias características y recursos comunicativos, los cuales lo hacen singular y necesario, diferenciándolo así de otros lenguajes. Así como el cine tiene como producto propio la película, el museo, tiene la exposición.

El autor identifica tres características:

- los objetos y fenómenos, con una capacidad exclusiva de comunicación;
- la experiencia social: el lenguaje museográfico se consume con la co-construcción del mensaje con sus receptores;
- la simultaneidad de tiempo y la coexistencia del espacio con el receptor. «Contacto con la realidad en estado puro».

Para el autor, en el siglo xx el objeto se convierte en medio otra vez, como lo fueron en su origen, no tanto para deleitar, como para educar.

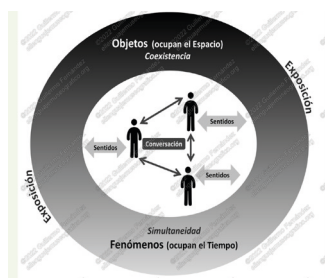
⁴⁸ Melissa AGUILAR (2020).

⁴⁹ Francisco VARELA, Eduard THOMPSON y Eduard Rosch, E. (1992). .

⁵⁰ M Melissa AGUILAR (2020).

⁵¹ Francisco VARELA, Eduard THOMPSON y Eduard Rosch, E. (1992). .

⁵² Guillermo FERNÁNDEZ (2022).

FIGURA 1⁵³

En este sentido varios autores hablan de un «museo participativo» en una «cultura participativa», incluso una «economía participativa»⁵⁴.

Para muchos profesionales y teóricos del museo, la participación es el quid de este nuevo paradigma del siglo XXI, en el que la co-creación se convierte en uno de sus núcleos centrales. Falk y Dierking⁵⁵ sostienen que el visitante no quiere seguir siendo un agente externo al museo, ni que las experiencias sean creadas para él, sino con él.

4.4. El aprendizaje informal como estrategia de comunicación en el museo

Si anteriormente se definía el aprendizaje experiencial, también aparece relacionado el aprendizaje informal como una estrategia de enseñanza y aprendizaje. La visita al museo es una estrategia de aprendizaje informal. A principios de los años setenta diversas organizaciones internacionales de desarrollo comienzan a definir la educación formal como la impartida en escuelas, colegios e instituciones de formación; la no formal como la asociada a grupos y organizaciones comunitarios y de la sociedad civil, mientras que la informal cubriría todo lo demás⁵⁶. En lo que se refiere a las variables que influyen en la planificación del proceso de aprendizaje, también hay bastante consenso en el hecho de que el aprendizaje formal genera menos motivación intrínseca que el informal, ya que este último sólo tendrá lugar si los contenidos son de interés personal para el aprendiz o responden a necesidades explícitas⁵⁷. La motivación es un rasgo característico del aprendizaje informal, algo que la tecnología dificulta en las aulas. El museo ofrece alternativas motivadoras para los estudiantes, pues no todos debe tener la misma experiencia en el museo. Esto supone lo que

⁵³ Guillermo FERNÁNDEZ (2022).

⁵⁴ Macarena CUENCA-AMIGO, Zaloa, ZABALA(2018). pp. 122-135,

⁵⁵ John FALK y Lynn DIERKING (2016).

⁵⁶ Mikel ASENSIO, Elena ASENJO y María CASTRO (2012).

⁵⁷ Mikel ASENSIO, Elena ASENJO y María CASTRO (2012).

Csikszentmihalyi denomina gancho motivacional, que activa los conocimientos previos del usuario y contribuye a satisfacer la necesidad de curiosidad. Otra característica del aprendizaje informal es que el estudiante tome conciencia de su propio aprendizaje. En este caso, darse cuenta del valor de la fuente de información. La metodología de innovación docente se basa estas premisas:

- La experiencia como fuente de conocimiento.
- El objeto artístico como inspiración para la reflexión por su impacto cognitivo y emocional.
- El museo como referente para la interpretación del patrimonio. En este proyecto, se amplía su área de acción para ser un referente en la interpretación de la sociedad actual. A través de las obras del museo se busca reflexionar sobre hechos actuales. La objeto museístico y el propio museo actúan como referentes de autoridad frente a la desinformación.
- A través del debate originado en el objeto museístico, avalado por el museo, se busca reflexionar sobre la autenticidad de la información y sus fuentes.
- El debate posterior en el aula para co-crear un discurso basado en el pensamiento crítico.

Por último, el museo se entiende como un espacio de aprendizaje y disfrute. Es un lugar para el aprendizaje informal a lo largo de toda la vida que, sin embargo, pierde protagonismo durante la juventud. Este proyecto busca recuperar este espacio de aprendizaje informal. Este aprendizaje informal da lugar a la co-creación como forma de aprendizaje colaborativo, donde se requiere del diálogo y debate para construir nuevos contenidos. La génesis del aprendizaje por competencias emana de un cambio de perspectiva que amplifica el concepto de educación, de un mero propósito profesionalizador, a una vertiente social que favorece una formación continua durante toda la vida. Cambiando además sus prioridades, de una enseñanza centrada en los contenidos al empleo práctico de los conocimientos. Con el objetivo de formar personas eficientes interrelacionando la funcionalidad con la operatividad⁵⁸. El aprendizaje creativo rompe con el modelo de enseñanza transmisiva, ya que no pretende explicar, sino más bien cuestionar, sugerir, proponer alternativas..., no se trata de asimilar ni reproducir conocimientos o prácticas que nos han enseñado, sino de reconstruir el conocimiento a partir de los aprendizajes grupales, donde el alumno asume un papel activo.

⁵⁸ Antonio Navío, A. (2005).

5. CONCLUSIONES

La revisión bibliográfica ha permitido profundizar en aquellas teorías y aspectos conceptuales sobre los que sustentar la investigación. Esta información permitirá definir el trabajo de campo de la investigación sobre la oportunidad del museo en la concienciación, de manera complementaria a las campañas de publicidad tradicional. Los hallazgos obtenidos afianzan la idea original. A modo de conclusiones:

— El efecto bumerán necesita de acciones que complementen la estrategia de comunicación para ganar eficacia.

— El museo cuenta con un potencial comunicador de tipo holístico, pues confluye el de la institución, los espacios, el objeto, el propio visitante e incluso, las relaciones que existen entre todos ellos.

Ningún otro lugar tiene la capacidad de crear un contexto igual. El museo es una institución única en el mundo y el nuevo rol que está adquiriendo en la sociedad actual le confiere un status que, sobre todo, le abre puertas como institución para ejercer un papel más ambicioso.

— Esta cualidad comunicativa se concibe con fines patrimoniales o vinculados a la colección del museo, pero no existen demasiadas experiencias donde el museo sea un canal de comunicación donde el referente no sea el propio objeto de la colección, sino que este sea el medio de un referente ajeno al museo de forma directa: la concienciación.

— Existe un lenguaje museográfico todavía por desarrollar que comunica y persuade con un código propio. Si bien ya son numerosos los autores que hablan de este lenguaje, pocos lo hacen refiriéndose a él como un lenguaje propio no ligado obligatoriamente al objeto en sí, sino con una capacidad de comunicación que sobrepasa al objeto.

— La experiencia museística propicia el aprendizaje informal, lo que supone una oportunidad para crear nuevos espacios para comunicación hasta ahora poco explorados.

Una vez las propuestas teóricas corroboran la premisa inicial, se plantea el reto de experimentar para comprobar hasta qué punto el museo puede ser un nuevo medio de comunicación.

6. AGRADECIMIENTOS

Esta investigación se ha financiado por: Proyectos de Aprendizaje y Servicio de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), con el respaldo de la Unidad de apoyo a la diversidad e inclusión de la UCM; por la Comunidad de Madrid a través del Convenio Plurianual con la Universidad Complutense de Madrid en su línea Programa de Excelencia para el profesorado universitario, en el marco del V PRICIT (V

Plan Regional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica); y por el Proyecto de ref. PR3/23-30840, concedido por Universidad Complutense de Madrid, titulado Presencia del efecto bumerán en la Comunicación en Favorde Públicos Vulnerables. Estudio de Alternativas Comunicativas Eficaces.

7. REFERENCIAS.

- FERNÁNDEZ DE PINEDO, Emiliano, PÉREZ GARCÍA, Miguel, y SMITH, John (2000), «La deuda pública y los juristas laicos (1550-1650)», en Antonio-Miguel BERNAL RODRÍGUEZ (ed.), Madrid, Marcial Pons-ICO, pp. 807-824.
- ASENSIO, Mikel, ASENJO, Elena y CASTRO, María (Eds.) (2012). *Series Iberoamericanas de Museología*, vol. 2.
- ASOCIACIÓN INTERNACIONAL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL (2023). <https://www.aprendizaje-experiencial.org/intro>.
- ALLENDORFER, Mikel, MURDIE, Arnold y WELCH, Richard (2020). «The path of the boomerang: Human rights campaigns, third-party pressure, and human rights». *International Studies Quarterly*, 64(1), pp. 111-119. <https://doi.org/10.1093/isq/sqz082>.
- ARROYO, Isidoro (2013). «El valor de las ideas para el cambio social: Publicidad social, Biopolítica y Neuroética». *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 18, pp. 223-241.
- BRIDGLAND, Victoria, JONES, Paiton y BELLET, Benjamín (2022). «A meta-analysis of the efficacy of trigger warnings, content warnings, and content notes». *Clinical Psychological Science*, 21677026231186625.
- CORDÓN-BENITO, David (2018). «Evolución conceptual del museo como espacio comunicativo». *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), pp.484-500. <https://doi.org/10.5209/ESMP.599662>.
- CHONGWILAIKASAEM, Samuel, y AYARAGARNCHANAKUL, Erick (2023). «Electricity saving behavior in student dorms: What message framing works?». *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 107, 102088. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2023.102088>.
- CODELUPPI, Vanni (2007). «El papel social de la publicidad». *Pensar la Publicidad*, vol. 1, Núm. 1.
- CUENCA-AMIGO, Macarena y ZABALA-INCHAURRAGA, Zaloa. «Reflexiones sobre la participación como co-creación en el museo». *Her&Mus. Heritage & Museography*, 2018, vol. 19, pp. 122-135, <https://raco.cat/index.php/Hermus/article/view/336115>.
- DÍAZ BALERDI, Ignacio (2010). «La formación de profesionales de museos. De la mística de la conservación al absolutismo de la gestión». *Revista de Museología*, 47, 8-16.
- ECKER, Usay, LEWANDOWSKY, Samy, COOK, John, SCHMID, Paula, FAZIO, Lia, BRASHIER, Nolan AMAZEEN, Marcus (2022). «The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction». *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13-29.
- FALK, John y DIERKING, Lynn (2016). *The Museum Experience Revisited*. Abingdon, Oxon: Routledge.

- FERNÁNDEZ, Guillermo (2022). *El lenguaje museográfico*. Guillermo Fernández.
- ICOM (2022). <https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- JUSTICIA, Yolanda, VERGARA, Maria Cristina y MAHECHA, Juan Diego (2022) «La comunicación experiencial, retrato del uso en los museos barceloneses: CCCB, La Virreina y Moco Museum». *Questiones Publicitarias*, 30, pp. 55-66.
- KUANG, J., y BICCHIERI, C. (2024). *How do people interpret social norm messages? Semantic ambiguity and pragmatic inferences*. Philosophical Transactions of the Royal Society B.
- LEVIT, Tatiana y CISMARU, Magdalena (2020). «Marketing social marketing theory to practitioners». *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 17(2), 237-252. <https://doi.org/10.1007/s12208-020-00245-4>.
- LIPOVETSKY, Gilles (2011). «El reino de la hipercultura: cosmopolitismo y civilización occidental», en LIPOVETSKY, G. y JUVIN, H. (eds.) *El occidente globalizado*, Barcelona, Anagrama, pp. 11-102.
- MACEIRA, Luz María. (2009). «El museo: espacio educativo potente en el mundo contemporáneo». *SINÉCTICA*, (32), 13-17. Recuperado en 25 de junio de 2024, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2009000100007&lng=es&tlng=es.
- MATTELART, Armand. (2000). *La publicidad*, Madrid, Paidós Comunicación.
- NAVÍO, Antonio (2005). *Las competencias profesionales del formador*. Octaedro.
- NIZAMIDOU, Christina (2023). «Provocative products, the boomerang effect, the shooting star crisis and the panacea of workforce diversity». *EuroMed Journal of Business*, 18(2), 248-269. <https://doi.org/10.1108/EMJB-05-2021-0067>.
- OSMAN, M. (2020). «Backfiring, reactance, boomerang, spillovers, and rebound effects: Can we learn anything from examples where nudges do the opposite of what they intended?». *PsyArXiv Preprints, The Society for the Improvement of Psychological Science*, <https://doi.org/10.31234/osf.io/ae756>.
- SWATUK, Larry, THOMAS Bejoy, WIRKUS Lars, KRAMPE Florian y BATISTA DA SILVA, Luis (2021). «The “boomerang effect”: insights for improved climate action». *Climate and Development*, 13(1), 61-67. <https://doi.org/10.1080/17565529.2020.1723470>.
- SORRIBAS, Carolina y SABATÉ, Joan (2006). «Publicidad Social: Antecedentes, Concepto y Objetivos». *III Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Comunicación*. Zaragoza. Universidad San Jorge, 26 y 27 de octubre de 2006.
- VILCHES, Myriam, CARCELÉN, Sonia RUÍZ SAN ROMÁN, José Antonio (2023). «La producción de discursos sociales en entornos digitales: La comunidad digital como metodología de investigación social». *Teknokultura: Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 20(2), 183-194. <https://doi.org/10.5209/tekn.83473>.
- VIÑARAS ABAD, Mónica (2018). *La función social de la publicidad, de la concienciación a la responsabilidad*. CEU Ediciones.
- XU, J. X. J. (2020). «Unintended Effects of Advertising: An Updated Comprehensive Review». *Review of Communication Research*, 8, 1-16.

- ZHAO, X., y Fink, E.L. (2021). «Proattitudinal versus counterattitudinal messages: Message discrepancy, reactance, and the boomerang effect». *Communication Monographs*, 88(3), 286-305. <https://doi.org/10.1080/03637751.2020.1813317>.
- ZHOU, John (2016). «Boomerangs versus javelins: How polarization constrains communication on climate change». *Environmental politics*, 25(5), 788-811.
- ZHUANG, J. (2023). «Whose norms to follow? Effects of social norm specificity on Black Americans' intention to receive COVID-19 vaccines». *Health Communication*, 38(11), 2350-2358. <https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2069212>.

EL EMPLEO VERDE COMO CATALIZADOR DE LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DIGITAL Y SU IMPACTO EN LA REDUCCIÓN DEL PARO JUVENIL

Victoria Eugenia SÁNCHEZ-GARCÍA
EAE Business School-Madrid

Elena PERIBÁÑEZ
EAE Business School-Madrid

Cristina GALLEGO
ESIC University

David GRANADA
Universidad Rey Juan Carlos

Juan M. VARA
Universidad Rey Juan Carlos

1. INTRODUCCIÓN

Estamos inmersos en un momento de transición rápida hacia *lo verde* (menos contaminante, más sostenible), lo tecnológico y digital. La Cuarta Revolución Industrial ha de llevarnos hacia una *economía verde* y a un nuevo proceso de adaptación masiva del mercado laboral. El concepto de *economía verde* se lo debemos a David Pearce haciendo alusión a las actividades económicas relacionadas con la producción,

distribución y consumo de aquellos bienes y servicios que buscan impactar lo menos posible sobre el medioambiente al tiempo que contribuyen al bienestar humano en el largo plazo¹. El avance hacia este tipo de economía afecta a la naturaleza del trabajo y a las competencias que necesitan los trabajadores, ya sea para mantener sus opciones en la reconversión de puestos de trabajo, para tener oportunidades de acceso a nuevos empleos verdes o en su migración a otros sectores.

En línea con el concepto de *economía verde*, los *empleos verdes* son aquellos que «reducen el impacto medioambiental de las empresas y los sectores económicos para mantenerlos en niveles viables. Esta definición abarca los empleos en la agricultura, la industria, los servicios y la administración que contribuyen a la conservación o al mantenimiento de la calidad del medio ambiente»². Dichos empleos verdes requieren de unas competencias laborales también en evolución y con una fuerte influencia tecnológica digital. Equivocarse en la velocidad del cambio o subestimar la demanda de trabajadores con *talento verde* supone un riesgo para el éxito de la transición que está teniendo lugar.

Los países europeos, movidos por los compromisos marcados en el Pacto Verde (*Green Deal*) tienen un buen posicionamiento mundial en cuanto a la coordinación de las políticas ambientales con las estrategias de desarrollo de competencias verdes para aplicar esas políticas³. Ahora bien, ni la situación de coordinación dentro de la Unión Europea (UE-27) es homogénea, ni tampoco lo es la tasa de empleo verde, la tasa de desempleo o la disposición al emprendimiento. Como en transiciones anteriores en esta habrá ganadores y perdedores.

España parte como país bien posicionado para ser ganador en los escenarios a corto plazo respecto del volumen de empleos verdes a generar, cuestión distinta es si esos escenarios se materializarán, siendo capaces de reducir una tasa de paro que actualmente se sitúa en el 12,29% (primer trimestre de 2024)⁴. Que la tasa de desempleo se mantenga elevada incluso en momentos de recuperación económica, indica que buena parte de ese paro se ha convertido en estructural. En general, que ese paro estructural disminuya dependerá, entre otras cuestiones, de contar con unas políticas activas eficaces y unas políticas pasivas que no desincentiven el retorno al mercado laboral. Si bien, en el caso del desempleo juvenil las políticas activas y la adecuada coordinación de políticas y estrategias ligadas a las transiciones en curso cobran una especial relevancia. Esto es debido a que la tasa de desempleo juvenil

¹ PEARCE, David W. *et al.* (1989).

² PNUMA/OIT/CSI/OIE (2008). p.3.

³ OIT (2012). p.2.

⁴ INE (2024). s.p.

asciende hasta el 28 %, prácticamente duplica la media de la UE-27 (14,9 %) y está cerca de triplicar la de la OCDE (10,7 %) ⁵.

Así pues, estamos en un momento de oportunidades, en el cual las transiciones ecológicas y digital pueden impulsar el empleo allí donde más necesario resulta, al tiempo que el empleo verde cataliza ambas transiciones. No obstante, hay que advertir que la digitalización evoluciona a una mayor velocidad y de no hacerse adecuadamente condicionará y limitará la transición tecnológica ⁶. Ahora bien, del mismo modo que se abren oportunidades condicionantes para el desarrollo de España en las próximas décadas, también es momento de riesgo de fracaso en el medio y largo plazo si la formación y capacitación para acceder a los nuevos empleos, a la reconversión y a la migración de empleo que se va a producir no es adecuada. Una parte de esa reconversión laboral y de la generación de nuevos empleos verdes vendrá de la mano del emprendimiento.

El trabajo que aquí se presenta forma parte de un proyecto de investigación plurianual sobre «Economía Verde y Mercado Laboral. Estudio comparativo de la situación española en la UE, oportunidades de empleabilidad de jóvenes y mujeres», que está en curso. Con él pretendemos colaborar en el mejor entendimiento de la situación en la que nos encontramos para aprovechar las oportunidades que genera la transición ecológica en la mejora de las características negativas de nuestro mercado laboral, particularmente en aquello que atañe a la empleabilidad de personas jóvenes, que son quienes más se vieron afectados por las crisis anteriores.

2. METODOLOGÍA

Este es un trabajo de carácter exploratorio, una primera aproximación al tema para tratar de responder a la pregunta de si podrá el empleo verde catalizar la transición ecológica o si, por el contrario, resultará un freno. En esta sección de la investigación, nos enfocamos en la población joven, de entre 18 y 35 años (con dos cohortes: de 18 a 24 años y de 25 a 34 años). En primer lugar, hemos procedido a comprobar si esa población identifica correctamente los sectores donde la transición va a impactar más en cuanto a generación de empleo verde, así como su interés por esos sectores (H1). En segundo lugar, conocer en qué medida están buscando ese empleo verde por cuenta ajena, o si son proactivos y desean emprender (H2). Finalmente, si se perciben con las capacidades y habilidades adecuadas para acceder a las oportunidades que se están generando en empleo y emprendimiento verde (H3).

⁵ BANCO DE ESPAÑA (2024). p.20.

⁶ AHMAD *et al.*, 2022; DABOUS *et al.*, 2023.

Como marco de referencia inicial realizamos un trabajo previo de revisión de fuentes documentales y estadísticas incluyendo: el marco normativo y estratégico a nivel europeo y nacional sobre el empleo verde; informes y estudios sectoriales sobre empleo y competencias profesionales; estadísticas de empleo y mercado laboral (INE, EUROS-TAT y Statistics); y, finalmente, literatura académica (utilizando como recursos SCOPUS, JSTOR y Web o Science).

Adoptamos un enfoque metodológico de estudio de carácter cuantitativo. Para obtener los datos diseñamos un cuestionario estructurado y un panel de expertos procedió a su divulgación tanto en España como en Portugal, con un universo más amplio de población activa residente (18-64 años), al entender que parte de ese empleo verde que está por generar puede hacerse desde una visión integradora en el ámbito geográfico de la península ibérica (en proceso de realización). Se trabajó con una muestra total de 917 respuestas válidas, de las que el 78 % corresponde a España y el 22 % a Portugal. La recogida de datos tuvo lugar de octubre-noviembre de 2023.

En el estudio preliminar que aquí presentamos, nos centramos en los resultados obtenidos en la muestra española. Para el análisis de datos y su visualización hemos optado por la herramienta PowerBi (Microsoft). Los datos han sido normalizados para su presentación final a partir de los ficheros Excel (Microsoft) conteniendo los resultados de las 30 preguntas formuladas, cada una con la correspondiente escala ordenada y unidimensional siguiendo el modelo de escalas Likert (Likert 5), además de las preguntas filtro necesarias para cruce de información obtenida con el perfil demográfico y profesional.

3. MARCO TEÓRICO.

3.1. Las transiciones ecológica y digital en España y su impacto en el empleo verde.

Desde que comenzaran a hacerse estimaciones de cómo la economía verde (baja en carbón y circular) impactaría en el mercado laboral mundial, se han señalado varios sectores como los motores del cambio y los más impactados en positivo. A escala global, serán motores de cambio en la transición ecológica: energía (descarbonización), construcción y servicios de mercado⁷. En el caso europeo, hay matices sobre cuáles serán los sectores más impactados por los cambios, variando según países y zonas geográficas. En la UE-27 la transición ecológica

⁷ ILO (2019). p. 126.

viene empujada por las políticas e instrumentos ligados al Pacto Verde (*Green Deal*), debiéndose centrar la atención particularmente en las demandas relacionadas con suministros y tratamientos de agua, gestión de residuos, energías renovables y construcción⁸. Dichos instrumentos incluyen los Fondos Next Generation, el Objetivo 55 (*Fit for 55*) y la taxonomía verde. Las previsiones del mercado laboral europeo ligadas solamente a la transición ecológica estiman que la demanda de empleos verdes se acelerará a partir de 2026⁹. Obviamente, unos sectores demandarán más trabajadores que otros, pero no solo se necesitan más empleados, también hacen falta nuevas empresas para cubrir las necesidades que en producción y servicios se irán generando.

Alineadas con las políticas de la UE, en España las palancas para el cambio vienen dadas por la Ley 7/2021, de 20 de mayo, sobre cambio climático y transición energética; el Plan Nacional de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PNIEC) 2023-2030 (en su última propuesta renovada); y las medidas de la agenda España Digital 2025. Aunque las cifras sobre el volumen de empleo verde varían según la fuente, ya sea europea o nacional, lo cierto es que su magnitud es grande en todo caso. Las cifras de empleo verde enunciadas por el Ministerio de Transición Ecológica son más *entusiastas* que las ofrecidas por fuentes internacionales en cuanto al incremento anual de empleo verde (Comisión, OCDE y OIT). Así, donde Eurofound referencia 100 000 puestos nuevos, el PNIEC apunta a una creación de empleo verde de «entre 430 000 y 522 000 empleos/año»¹⁰. Por sectores, las previsiones señalan que en España hay matices respecto de los sectores señalados anteriormente como los más demandantes de nuevo empleo. Serán motor, por volumen de demanda estimada, las energías renovables, la gestión y tratamiento de residuos, el tratamiento y depuración de aguas residuales, el sector primario (agricultura-ganadería y gestión forestal), y la construcción¹¹.

Ahora bien, aunque el volumen de empleo verde se prevé grande no todo el será para disminuir la elevada tasa de desempleo juvenil, también habrá de absorber las recolocaciones de quienes migran desde otros sectores —particularmente los abocados a la destrucción de empleo por la reconversión, como ya sucedió en reconversiones industriales anteriores—, además de acomodar a quienes están en edad de incorporarse al mercado laboral. No es una cuestión sencilla, dado que se está produciendo un fenómeno asociado al proceso de transición: el creciente desajuste entre la demanda y la oferta de empleo. El grado y la naturaleza de la demanda insatisfecha varía según país, sector y

⁸ CEDEFOP (2021). p. 27.

⁹ CEDEFOP (2021). p. 23.

¹⁰ MITECO (2023). p. 441.

¹¹ Clara JIMENEZ-BECERRIL *et al.* (2022), p. 13.

ocupación, pero está presente en toda la UE y España no es una excepción¹². La creciente tasa de vacantes es consecuencia de diversos factores, entre los que se encuentra el desacoplamiento entre la formación y cualificación de quienes demandan empleo y los perfiles buscados por las empresas (y el sector público).

Otra cuestión relevante en el contexto nacional es que, de no acometerse medidas internas, el empleo verde que se prevé será mayoritariamente empleo de baja calidad por tener salarios bajos o muy bajos (trabajos que no requieren cualificación, como limpiadores/ayudantes, trabajadores de servicios personales y vendedores, creciendo mucho también el empleo en ámbitos como el comercio minorista o servicios de alojamiento). El mayor número de nuevos empleos verdes medianamente remunerados se prevén en las Comunidades Autónomas Andalucía, Murcia y las Islas Canarias, particularmente ligados al sector de la construcción¹³. En cuanto a los empleos verdes de mejor calidad y salario, en la franja media y media-alta de la banda salarial se localizan aquellos demandados por los sectores terciario y cuaternario, requiriendo para su acceso de competencias y habilidades específicas. Las medidas para garantizar que las competencias demandadas en estos empleos verdes no pueden ser meramente reactivas. Hace falta abordar de manera proactiva la brecha de competencias para afrontar los desafíos de las transiciones en las que estamos inmersos y no perder oportunidades de desarrollo y de empleo en un mercado laboral que se está reconfigurando¹⁴.

Finalmente, tenemos otro elemento importante para una adecuada transición ecológica como es el emprendimiento verde. No se trata de que el emprendimiento en general adopte medidas para la sostenibilidad (fórmulas empresariales más sostenibles y responsables), sino de generar nuevas ideas de negocio que den soporte a los cambios y demandas en curso. Hasta ahora, España no se muestra como un país de emprendedores, así lo evidencian los datos que nos sitúan en emprendimiento muy por debajo de la media de países de la UE¹⁵. Pese a las políticas y programas nacionales y autonómicos, España no se percibe como un entorno adecuado y favorable para el ecosistema emprendedor (figura 1)¹⁶.

¹² COMISIÓN EUROPEA (2023), s.p.

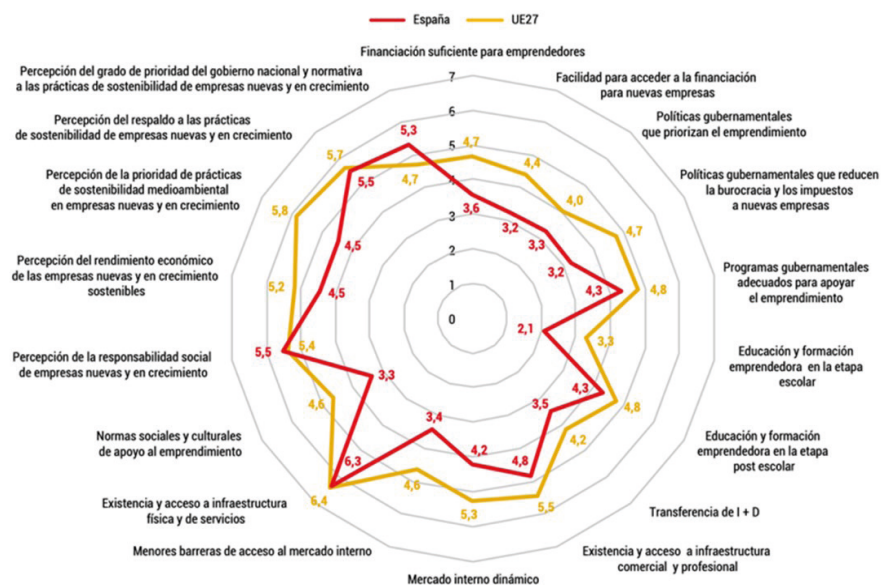
¹³ EUROFOUND (2023), p. 36.

¹⁴ Robo BLAND *et al.* (2023).

¹⁵ EUROPEAN COMMISSION (2021).

¹⁶ Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 16.

FIGURA 1. COMPARATIVA DE PERCEPCIONES DE CONDICIONES PARA EMPRENDER ESPAÑA VS. UE27



Fuente: CALVO *et al.* (2024), p.32.

3.2. Posicionamiento de la juventud frente al empleo y emprendimiento verde en el mercado laboral español

El mercado laboral español viene caracterizado por su alta tasa de paro estructural, un considerable desempleo de larga duración (que duplica la media europea con un 4%) y un elevado porcentaje de desempleo juvenil (28%). Con esta tasa de desempleo juvenil tan alta la generación de talento y emprendimiento verdes serían idóneos para conseguir el efecto catalizador de la masa laboral sobre la transición ecológica.

Los escenarios de demanda posicionan los mayores crecimientos del empleo verde en personas con niveles formativos de grado medio y bajo (como operadores de maquinaria, trabajadores de planta, técnicos; así como trabajos de tipo manual), más que de empleos que requieren una alta cualificación, aunque entre estos últimos destacan los ligados a gestores y otros profesionales senior, incluyendo ciertas cualificaciones específicas nuevas como las ligadas a la ingeniería del hidrógeno, por poner un ejemplo. No debe interpretarse que los trabajos de baja cualificación no van a requerir de conocimientos sobre sostenibilidad y habilidades ligadas al uso de tecnologías, dada la fuerte interconexión

y simbiosis entre la transición ecológica y la digital. Se necesitarán conocimientos técnicos (como el uso de dispositivos electrónicos y programas informáticos), específicos del desempeño laboral (por ejemplo, mantenimiento de paneles solares) y también ciertas habilidades genéricas (o *soft*, como el trabajo en equipo).

Hace ya más de dos décadas desde que la Comisión advirtiera de la existencia de un «desfase entre la velocidad del progreso técnico [...] y nuestra capacidad de anticiparnos a las nuevas necesidades (individuales o colectivas) o a los nuevos productos generadores de nuevos yacimientos de empleo»¹⁷. España es el país de la UE27 con mayor porcentaje de jóvenes que tiene un nivel educativo inferior a bachillerato o a sus equivalentes de grado medio en formación profesional (27 %, frente a la media europea del 12 %). Esta es una masa laboral que podría verse beneficiada de ese empleo verde de bajo perfil que se está necesitando y que se incrementará en los próximos años. No obstante, como ya apuntamos, los mejores yacimientos de empleo verde se encuentran ligados a cualificaciones intermedias y la proporción de jóvenes con nivel educativo medio (bachillerato y formación profesional de grado medio) es muy baja (23 %), por lo que hay un riesgo de no cubrir las necesidades del mercado laboral, por el mencionado desacoplamiento¹⁸. Esto supone un riesgo para una transición eficaz y el adecuado aprovechamiento de las oportunidades que estas generan lo encontramos en las capacidades y habilidades de la población activa. Finalmente, un porcentaje alto de población con formación universitaria (41 %, frente al 36,9 % de media en la UE)¹⁹. Mucha de esta población es de jóvenes sobrecualificados (entre 20 y 34 años) que no siempre encuentra acomodo en el mercado laboral, con la consiguiente pérdida de talento (por ocupar puestos de otra categoría o tener que salir de España).

En definitiva, hay una situación de desequilibrio o polarización formativa que viene dado, por un lado, por el bajo nivel señalado de formación de buena parte de la población activa española; en el otro extremo, la sobrecualificación de un porcentaje elevado de jóvenes. Si a esta polarización añadimos la falta de alineamiento de las políticas educativas con las demandas del mercado, tenemos como consecuencia un creciente porcentaje de empresas que tienen dificultades para captar y retener talento en general (verde en particular), lo que limita su capacidad productiva. La tasa de vacantes ha ido creciendo en los últimos años y es muy marcada en empresas íntimamente ligadas a las transiciones en curso, tanto la ecológica como la digital. Vacantes que afectan por el nivel superior a empresas tecnológicas y de ingeniería;

¹⁷ COMISIÓN EUROPEA (1993), p.11.

¹⁸ OCDE (2023).

¹⁹ OCDE (2023).

y por el nivel inferior a empresas de construcción y ligadas al sector primario²⁰.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En un primer avance de resultados, sobre si podrá el empleo verde catalizar la transición ecológica en España o, por el contrario, si resultará un freno, hemos procedido a comprobar el comportamiento de ciertas variables (H1, H2, H3). Una de las primeras cuestiones a analizar es en qué medida conocen los jóvenes cuáles son los sectores demandantes de más empleo verde y si estos son objeto de su atención. Según vimos, los escenarios para España apuntan a que los sectores con mayor demanda serán, por volumen, en el corto y medio plazo: energías renovables, residuos, aguas, sector primario (agricultura, ganadería, pesca y silvicultura) y construcción²¹. Sin embargo, en los resultados obtenidos muestran claramente una predilección en la búsqueda de empleo verde en el sector turístico en primer lugar, seguida a distancia del sector de la energía y residuos (figura 2).

Esta percepción de demanda no coincide con los escenarios teóricos de demanda, entre los cuales no se ha contemplado el sector turístico. El sector tiene que reorientarse y ajustarse a las nuevas demandas por el impacto que genera sobre el cambio climático (emisiones directas e indirectas de servicios) y consumo de recursos²²; así como por el impacto que el cambio climático genera en la sostenibilidad del modelo turístico español a largo plazo. En España, el turismo emplea al 12,2 % del total de afiliados y un 11,7 % del PIB, por lo que necesitará una transformación que lo convierta en más sostenible, requiriendo sobre todo no nuevos empleos verdes, sino la transformación de buena parte de los existentes, que es una cuestión distinta.

Los siguientes sectores sí coinciden con los escenarios previstos de más demanda de empleo verde, que son los dedicados a las energías renovables y el tratamiento y gestión de residuos. Sin embargo, los sectores del agua, primario y construcción no son percibidos como generadores de empleo verde y no son objeto de atención en la búsqueda o emprendimiento. Esta es una cuestión que, de no corregirse en el corto plazo, puede incrementar las tensiones que ya se observan en el mercado laboral, aumentando la proporción de ofertas de empleo que quedan sin cubrir (tasa de vacantes). Esto resulta especialmente significativo en el caso de los distintos subsectores del sector primario, considerado el cuarto sector en importancia dentro de los empleos verdes

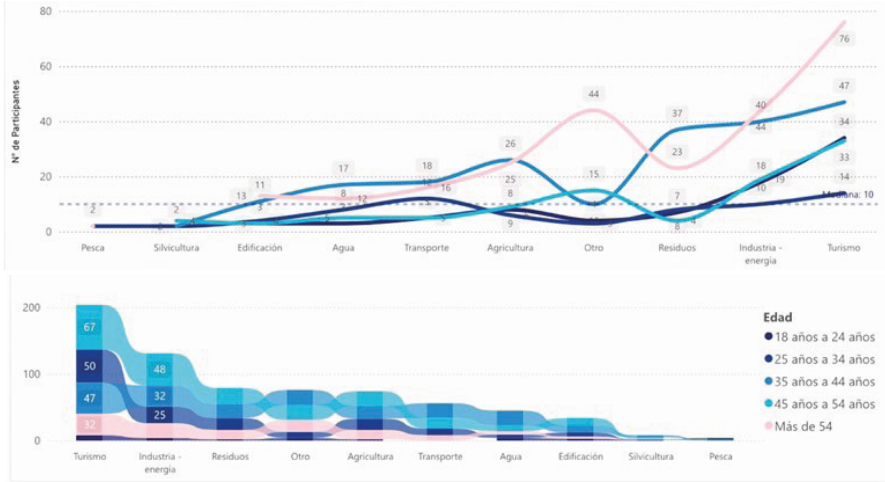
²⁰ BANCO DE ESPAÑA (2024), p. 21-22.

²¹ Clara JIMÉNEZ-BECERRIL *et al.* (2022), p. 13.

²² Mariano SANZ (2024), p. 68.

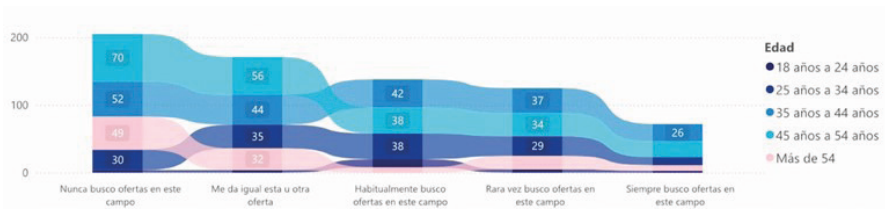
tradicionales. Esta tensión del mercado laboral impacta negativamente en la productividad de las empresas en dos sectores relevantes para la transición ecológica como son el primario y el de la construcción²³.

FIGURA 2. SECTORES EN LOS QUE SE PERCIBE UNA MAYOR DEMANDA DE EMPLEO VERDE Y SON SELECCIONADOS EN LA BÚSQUEDA, SEGÚN EDAD



Los jóvenes *millenials* y de la generación Z manifiestan un alto interés por la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático²⁴ pero, sin embargo, este interés general no es una cuestión por considerar cuando se busca empleo o se quiere emprendimiento (H2), tal y como se observa en la figura 3.

FIGURA 3. FRECUENCIA DE BÚSQUEDA DE EMPLEO VERDE O DE DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTO VERDE

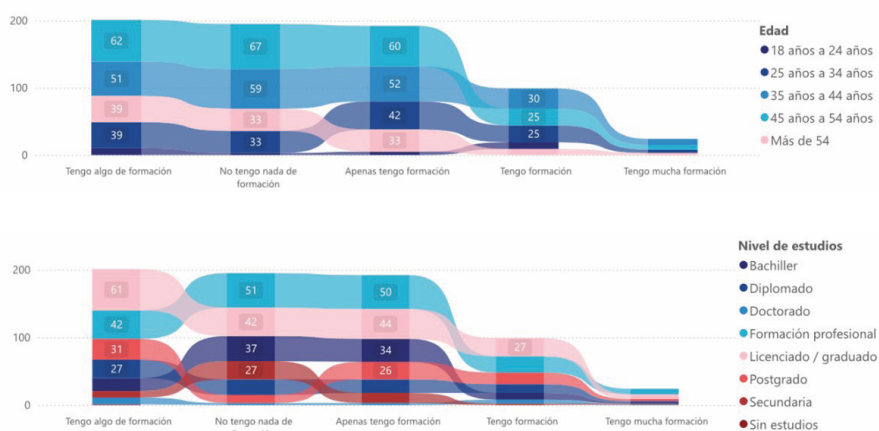


²³ Alejandro FERNÁNDEZ-CEREZO y Mario IzQUIERDO (2024), p. 8.

²⁴ COMISIÓN EUROPEA (2024a), p. 11.

Finalmente abordamos si los jóvenes cuentan o se perciben con capacidades y habilidades adecuadas para acceder a las oportunidades que se están generando en empleo verde o para emprender. Hemos partido de la idea de que el empleo y emprendimiento verde es un catalizador de la transición ecológica que, además, puede contribuir a reducir la elevada tasa de desempleo juvenil. Pero aún en los empleos de baja cualificación, se requieren ciertas competencias generales y específicas de cada sector. El *talento verde* es un concepto que hace referencia a las competencias necesarias para la transición ecológica, aquellas «capacidades necesarias para vivir, trabajar y actuar en economías y sociedades que propician y favorecen la minimización del impacto negativo de la actividad humana en el medio ambiente»²⁵. Capacidades y habilidades que permiten prevenir, controlar y optimizar las tareas desde una perspectiva ambiental aplicables a cualquier empleo. Hay identificado un desajuste entre los requerimientos de habilidades de los nuevos empleos verdes y las cualificaciones de los jóvenes que buscan empleo²⁶. Es desajuste conocido y reconocido por las personas jóvenes de menos de 34 años, se evidencia tanto en formación (figura 4) como en las habilidades requeridas para acometer un emprendimiento vinculado a la transición ecológica (figura 5).

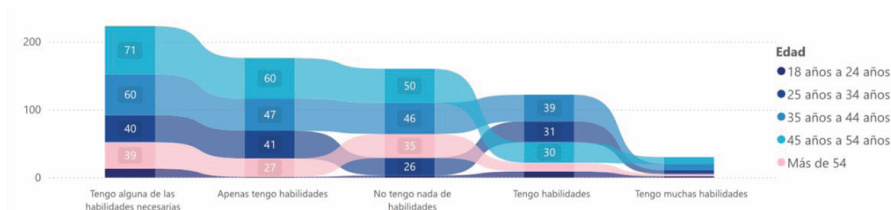
FIGURA 4. NIVEL DE FORMACIÓN PERCIBIDA SOBRE SOSTENIBILIDAD (POR EDAD Y NIVEL DE FORMACIÓN)



²⁵ CEDEFOP (2021), p. 13.

²⁶ BANCO DE ESPAÑA (2024), p. 23.

FIGURA 5. GRADO DE HABILIDADES PERCIBIDAS PARA EMPRENDER DE FORMA EN ACTIVIDADES LIGADAS A LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA (SOSTENIBILIDAD)



En España se produce la singularidad de que la mayor parte del emprendimiento comienza entre los 30 y los 35 años, surgiendo las iniciativas de jóvenes de alta cualificación educativa (estudios universitarios) con experiencia laboral. No obstante, las cifras generales de emprendimiento son bajas. Muestran una tendencia al alza, pero con crecimiento lento en relación con el entorno europeo y muy alejada de los niveles de emprendimiento de los países norteamericanos (Canadá y Estados Unidos)²⁷. Esto invita a reflexionar sobre las barreras específicas al emprendimiento que hay en el contexto español, dado que son los menores de 30 años quienes tienen elevados niveles de desempleo, peores retribuciones y menor coste de oportunidad y, pese a todo, no emprenden.

Hay tres factores a considerar de forma concreta en este punto: la formación en materia específica de emprendimiento; las políticas de apoyo institucional y ayudas en el financiamiento; y elementos socio-culturales. Ya evidenciamos la mala percepción de España como país en el que emprender en relación con su entorno (figura 1). No abundaremos sobre las cuestiones formativas, pero sí añadir una matización. En el caso del emprendimiento verde, este requiere no solamente de conocimientos y habilidades técnicas, sino de un grado adecuado de competencia financiera. En España emprenden principalmente quienes tienen mayor cualificación técnica, pero el conocimiento financiero es una de las claves para la supervivencia. El rendimiento en competencia financiera en España está por debajo de la media del UE27 y la OCDE, con una sola excepción, la Comunidad de Castilla y León²⁸. Solo 1 de cada 3 emprendedores más cualificados dicen tener un nivel alto de conocimientos financieros²⁹. Esta falta de competencia es un riesgo más para la supervivencia en el ecosistema del emprendimiento.

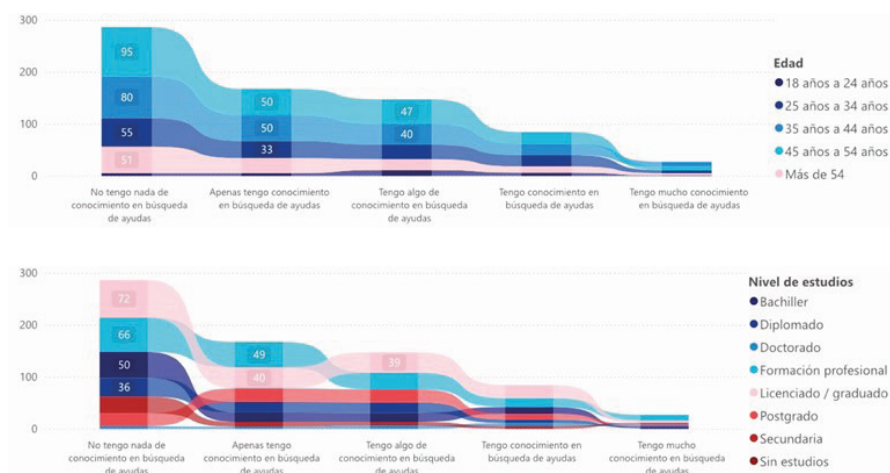
²⁷ Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 24.

²⁸ MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL (2020), p. 27.

²⁹ Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 69.

La segunda de las cuestiones relevantes es el financiamiento. Es significativo el grado de desconocimiento de las políticas de apoyo al emprendimiento, incluidas las ayudas. Esta es una carencia que afecta a jóvenes de todas las edades. Entre un 40 y un 46% de quienes toman la decisión de emprender lo hacen con capital propio, lo que encuentra correlación con el hecho del alto desconocimiento de las ayudas (figura 6).

FIGURA 6. CONOCIMIENTO DE AYUDAS AL EMPRENDIMIENTO VERDE (POR EDAD Y NIVEL DE FORMACIÓN)



El desconocimiento de ayudas al emprendimiento hace que el 80% de estas iniciativas se autofinancien³⁰. Esto tiene como consecuencia un capital semilla reducido que, en general, oscila entre los 9 001 y los 30 000 euros. Ellos arriesgan más capital de media que ellas. Las iniciativas de las mujeres menos capitalizadas. En todo caso la estructura del capital no difiere en la mayoría de los casos, se trata de ahorros personales³¹, lo que condiciona el tipo de emprendimiento que surge.

En general, quienes apuestan por emprender a edades tempranas (18 a 25 años) lo hacen con iniciativas más innovadoras, de mayor nivel tecnológico o de digitalización³²; y son las que muestran una menor tasa de abandono. Esto podría plantearse como que la dinámica de emprendimiento está cambiando con la generación Z. Este fenómeno está alineado con lo que sucede en el entorno europeo, donde los jóvenes

³⁰ SOUTH-SUMMIT (2024), s.p.

³¹ Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 68.

³² Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 16.

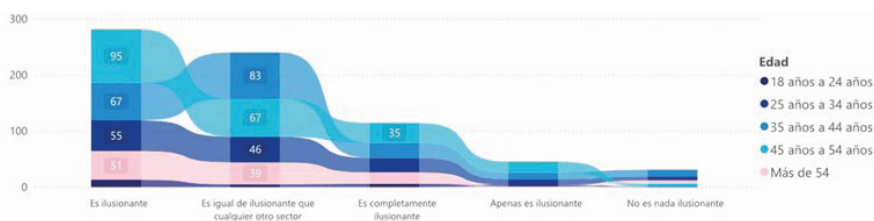
de baja cualificación apuestan por desarrollos de robótica e IA, si bien España se posiciona todavía por debajo de la media³³.

Dado que buena parte de la economía verde se sustentará en empleos de alta tecnología, esta tendencia es muy favorable para conseguir el efecto catalizador. Ahora bien, por el momento lo que se observa en España es que hay mucho emprendimiento tecnológico ligado a software, pero no a máquina.

Como señalamos anteriormente, el grueso del emprendimiento se localiza en la franja de edad a partir de los 35 años, el 50 % él con la finalidad de autoempleo (no tienen empleados), y el siguiente 40 % genera algo de empleo (son iniciativas de entre 1 y 5 empleados)³⁴.

Finalmente, nos queda apuntar la barrera o condicionante al emprendimiento verde del elemento sociocultural. Que España tenga unos niveles de emprendimiento verde adecuados requiere superar el miedo al fracaso. El emprendimiento no es algo valorado socioculturalmente en España, lo que abunda en el miedo al fracaso de quien emprende porque lo considera estigmatizante. Los trabajos de seguimiento de la actividad emprendedora general aluden a la recuperación del emprendimiento a niveles anteriores a la pandemia. Se ha mejorado la percepción de las oportunidades que genera emprender, pero el miedo al fracaso persiste en casi la mitad de los emprendedores³⁵. El emprendimiento verde no es ajeno a este fenómeno, hay ilusión por contribuir a la transición ecológica (figura 7), particularmente entre los 25 y los 34 años, pero también miedo al fracaso y la crítica social.

FIGURA 7. PERCEPCIÓN DE LA MOTIVACIÓN HACIA EL EMPRENDIMIENTO EN SOSTENIBILIDAD



Se entrecruza la barrera sociocultural, con una deficiente gestión emocional que no está presente en otros países en la misma proporción,

³³ Dias da Silva ALBANESI *et al.* (2023).

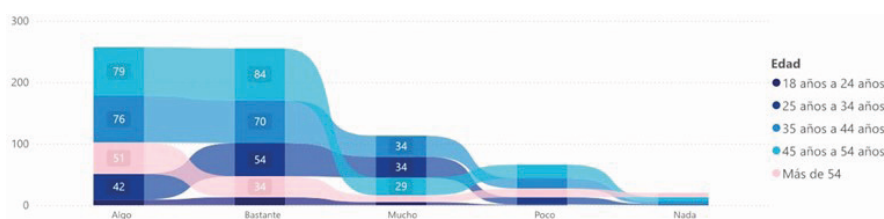
³⁴ Nuria CALVO *et al.* (2024), p. 27.

³⁵ Norris F. KRUEGER y Deborah BRAZEAL (1994); Mirjam VAN PRAAG y Jan S. CRAMER (2001); Pía ARENIUS y Maria MINNITI (2004).

dado que son sociedades donde no se penaliza de igual modo el fracaso, sino que se ve como parte del proceso de aprendizaje.

La alta cualificación de buena parte de quienes emprenden debería hacer que el miedo a fracasar no fuera un condicionante, pero lo es y en un porcentaje elevado que afecta prácticamente a toda España, si bien algo menor en Extremadura, Navarra y Valencia³⁶. De ahí el desarrollo de instrumentos como la Ley de segunda oportunidad sirva para reducir ese temor³⁷ que crece con la edad (figura 8).

FIGURA 8. GRADO DE PREOCUPACIÓN POR FALLOS O FRACASOS AL EMPRENDER



Se cierra este apartado advirtiendo de las limitaciones del trabajo y sus posibles sesgos: el hecho de que en los últimos dos años sea particularmente activo respecto de la publicación de instrumentos, planes y realización de estudios ha condicionado la consulta y análisis de la información; como también la dificultad de encontrar datos oficiales desagregados homologables en los sectores impactados por el empleo verde.

5. CONCLUSIONES

Las transiciones ecológica y digital están generando cambios productivos que, a su vez, precisan transformaciones en empleo, educación y formación. Esto requiere de políticas orientadoras claras y bien coordinadas, de manera que el empleo y el emprendimiento verde sean realmente catalizadores de las transiciones en curso y no un freno.

Hay una serie de cuestiones destacadas como son la necesidad una de mayor orientación sobre las oportunidades de empleo y emprendimiento verde en sectores que ya están demandando talento verde y están teniendo problemas para cubrir sus necesidades. Hace falta que los sectores con mayor demanda de talento verde en los pobres años

³⁶ Nuria Calvo *et al.* (2023), p.30.

³⁷ COMISIÓN EUROPEA (2024b).

sean claramente identificados por parte de quienes están en proceso de incorporarse al mercado y quienes han de migrar desde sectores tradicionales impactados negativamente por la transición ecológica. Además, ese talento verde promoverá la integración de prácticas sostenibles de forma transversal en sectores económicos que tradicionalmente no están ligados a la transición.

Tanto la transición ecológica como la digital suponen un desafío, pero también una oportunidad para enfrentar varias de las características negativas del mercado laboral español como son su significativo paro estructural y la alta tasa de desempleo juvenil. El aprovechamiento de las oportunidades que se anuncian requiere de un trabajo continuado en la mejora de las competencias a ser posible, desde edades tempranas. No obstante, los reajustes del mercado laboral van a requerir un esfuerzo en adecuar la formación permanente y continua a lo largo de toda la vida laboral para evitar los desacoplamientos o desfases entre los requerimientos en talento verde (y digital) de la demanda y los que presenta la oferta.

Un papel destacado en la transición ecológica queda reservado al emprendimiento verde, por la necesidad que irá surgiendo en continuo de crear nuevas ideas de negocio y soluciones innovadoras. Productos, servicios y tecnologías coadyuvantes de los cambios necesarios para soportar una economía circular y baja en carbono, como es la economía verde. Hace falta seguir mejorando determinados aspectos que hacen de barrera al emprendimiento verde, particularmente la identificación y orientación del empleo y de la formación capacitante para el acceso a él, el acceso a capital semilla y el fomento de la cultura del emprendimiento.

6. REFERENCIAS.

- ÁLVAREZ-CUESTA, Henar (2023). «La formación en los nuevos yacimientos de empleo (empleos digitales, verdes) con especial atención a la perspectiva de género», *Lan harremanak: Revista de relaciones laborales*, vol. 49, pp. 37-66. <https://doi.org/10.1387/lan-harremanak.24805> (consultado 18 mayo de 2024).
- ARENIUS, Pía y MINNITI, María. (2005). «Perceptual variables and nascent entrepreneurship», *Small Business Economics*, vol. 24, núm. 3, pp. 233-247. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x> (consultado 20 de mayo de 2024).
- BANCO DE ESPAÑA (2024). «El mercado de trabajo español: situación actual, tendencias estructurales y políticas de empleo», en *Informe Anual 2023*, capítulo 3, pp. 1-52. Madrid, Banco de España. <https://doi.org/10.53479/36512> (consultado 2 de junio de 2024).
- BLAND, Rob *et al.* (2023). «Escalar negocios verdes: Los próximos pasos para los líderes», *Blog McKinsey & Company*, 10 de marzo de 2023 (consultado 19 de mayo de 2024).

- CALVO, Nuria *et al.* (2024). *Informe GEM España 23-24. Global Entrepreneurship Monitor*. Santander, Ed. Universidad de Cantabria. (consultado el 2 de junio de 2024).
- COMISIÓN EUROPEA (1993) «Crecimiento, competitividad, empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI». *Libro Blanco. Boletín de las Comunidades Europeas*, Suplemento 6/93.
- COMISIÓN EUROPEA (2023). *Employment and Social Developments in Europe 2023: Addressing Labour Shortages and Skills Gaps in the EU*. Disponible en <https://op.europa.eu/webpub/empl/esde-2023> (consultado 11 de junio de 2024).
- COMISIÓN EUROPEA (2024a). *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones, sobre el Año Europeo de la Juventud*, COM/2024/1 final.
- COMISIÓN EUROPEA (2024b). *Comunicación de la Comisión al Consejo, al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Superar el estigma del fracaso empresarial por una política que ofrezca una segunda oportunidad*. Ejecución de la Asociación para el Crecimiento y el Empleo de Lisboa. COM/2007/0584 final.
- CEDEFOP (2021). *The green employment and skills transformation: insights from a European Green Deal skills forecast scenario*. Brussels. Publication Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2801/112540> (consultado 25 de mayo de 2024).
- CEDEFOP (2024). *Skills in transition. The way to 2035*. Luxembourg, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2801/438491> (consultado 10 de junio de 2024).
- DABBOUS, Amal *et al.* (2023). «The impacto f digitalization on entrepreneurial activity and sustainable competitiveness: A panel data análisis», *Technology in Society*, Vol. 73, May 2023, 102224, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102224> (consultado 25 de mayo de 2024).
- EUROFOUND (2023). *Fit for 55 climate package: Impacto on EU employment by 2030*. Luxembourg, Publications Office of the European Union. <https://eurofound.link/ef23009> (consultado 26 de mayo de 2024).
- EUROPEAN COMMISSION (2021). *Eurobarometer: Optimism about the future of the EU at its highest since 2009*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2532> (acceso 24 de mayo de 2024).
- FERNANDEZ-CEREZO, Alejandro e IZQUIERDO, Mario (2024). «Encuesta a las empresas españolas obre la evolución de su actividad: primer trimestre de 2024», *Boletín Económico*, 2024/T1, artículo 08, de 11/03/2024. <https://doi.org/10.53479/36151> (consultado 25 de mayo de 2024).
- HEBLES, Melani *et al.* (2019). «Evolución percibida de la competencia para emprender a partir de la implementación de un programa de formación de competencias en emprendimiento e innovación», *Revista Española de Orientación y Psicopedagogía*, vol.30, núm. 1, pp.9-26. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/evolu-ción-percibida-de-la-competencia-para/docview/2225754174/se-2> (consultado 9 de junio de 2024).
- ILO (2019). *Skills for a greener future: A global view based on 32 country studies*. Geneva. International Labour Office.

- GAGLIARDI, Luisa *et al.* (2016). «The greener the better? Job creation effects of environmentally-friendly technological change», *Industrial and Corporate Change*, vol. 25, núm. 5, October 2016, pp. 779-807, <https://doi.org/10.1093/icc/dtv054> (consultado 24 de mayo de 2024).
- HOSPIDO, Laura *et al.* (2023). *Encuesta de 2021 – Competencias Financieras*. Madrid, Banco de España. <https://doi.org/10.53479/34752> (consultado 30 de mayo de 2024).
- INE (2024). *Encuesta de población activa (EPA): Primer trimestre 2014*. Nota de prensa, 26 de abril de 2024. (consultado 1 de junio de 2024).
- JIMENEZ-BECERRIL, Clara (2022). *Jobs 2030. Futuro del trabajo. Empleo verde y transición justa en el futuro del trabajo*. s.l., Forética.
- KRUEGER, Norris. F. y BRAZEAL, D. (1994). «Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs», *Entrepreneurship: Theory and Practice*, vol. 18, núm. 3, pp. 91-104. <https://doi.org/10.1177/104225879401800307> (consultado 5 de junio de 2024).
- MEFP (2020). *PISA 2018. Competencia Financiera. Informe Español*. Madrid, Edita Secretaría General Técnica, Subdirección General de Atención al Ciudadano, Documentación y Publicaciones.
- MITECO (2023). *Borrador de Actualización del Plan Nacional Integrado de Energía Clima 2023-2030*. Madrid. MITECO.
- OCDE (2023). *Education at Glance 2023 Database*, <https://stats.oecd.org> (consultado 5 junio de 2024).
- OIT (2012). *Transición a una economía mundial más verde – El desafío de las competencias laborales*. Ginebra. OIT.
- PEARCE, David W. *et al.* (1989), *Blueprint for Green Economy*. Nueva York. Earthscan. <https://doi.org/10.4324/9780203097298> (consultado 15 de mayo de 2024).
- PNUMA/OIT/CSI/OIE (2008). *Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World*. Nairobi. Publishing Services Section UNON.
- SANZ, Mariano (2024). «Transición justa en el sector turístico», *Ambienta*, vol. 139, abril 2024, pp. 68-73. (consultado 5 de junio de 2024).
- SOUTH-SUMMIT (2024). *Mapa del Emprendimiento 2023*. Brasil–Madrid, s.e. <https://www.southsummit.io/wp-content/uploads/2023/10/MAPA-EMPREN-DIMIENTO-2023.pdf> (consultado 25 mayo de 2024).
- TORRES, Raymond y FERNÁNDEZ, M.J. (2024). «Retos del Mercado Laboral Español», *Cuadernos de Información Económica*, vol. 299, marzo-abril 2024, s.p.
- VAN PRAAG, Mirjam y CRAMER, J. (2001). «The roots of entrepreneurship and labor demand: Individual ability and low risk». *Economica*, vol. 68, núm. 269, pp. 45-62. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-0335.00232> (consultado 5 de junio de 2024).

Contribuciones de los autores (CRediT).

Conceptualización, C.G. y V.E.S-G; metodología, C.G.; *software*, D.G. y J.M.V; tratamiento de la información, D.G. y J.M.V.; análisis formal, V.E.S-G, E.P., DG.; escritura-preparación del borrador, E.P. y V.E.S-G; escritura-revisión y edición, C.G., D.G. y J.M.V.; adquisición de fondos, C.G., V.E.S-G. y E.P.; visualización, D.G. y J.M.V.; recursos, C.G., V.E.S-G. y E.P. Todos los autores han leído la versión para publicación y están de acuerdo con el manuscrito.

Financiación:

Este trabajo ha sido financiado por EAE Business School-Madrid, en el marco del proyecto de investigación «Economía Verde y Mercado Laboral. Estudio comparativo de la situación española en la UE, oportunidades de empleabilidad de jóvenes y mujeres», Convocatoria Competitiva de Proyectos de Investigación-2023/2024.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran que no hay conflicto de intereses.

DECENT WORK IN EDUCATIONAL PROFESSIONALS: AN ANALYSIS DURING AND POST-PANDEMIC

Héctor Gilbran MÉNDEZ ALVITE
Universidad Autónoma del Estado de México

Paola Eunice RIVERA SALAS
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

1. INTRODUCTION

The Decent Work SDG is the productive activity of individuals in conditions of freedom, equity, security, and human dignity. These conditions must be adjusted to possible contingencies, such as what happened to the field of education during the last pandemic. Many experiences have been recorded regarding how teachers resolved their adaptation to the online modality¹. However, there still needs to be more evidence on how educational organizations ensure teachers have relevant working conditions and organizational climate to perform their functions. It is crucial to note that throughout these adaptations, maintaining labor rights has been a paramount consideration. Furthermore, there needs to be more monitoring of how these modifications that were made persisted in the period of what is now called the new normal. This is important because it can demonstrate how the schools have taken advantage of the organization's eventualities and how they have adopted new practices to be prepared for adopting measures more

¹ Diego Fernando BECERRA RODRÍGUEZ, Oscar Rafael BOUDE FIGUEREDO y Marcela BENÍTEZ MENDIVELSO (2020) p. 130.

linked to active education and based on ICT, without leaving aside labor rights. Rest assured, this research will provide a comprehensive understanding of these complex issues.

Thus, this crucial work aims to describe Decent Work condition's in education professionals in Mexico during and after the pandemic. Other secondary objectives that were proposed involve characterizing the organizational climate perceived by teachers in the two moments mentioned above (specific objective a); as well as their self-assessment of their digital competencies focused on the insertion of ICT in their teaching practice and the use they currently give it, focusing on the different modalities that exist today (specific objective b).

1.1. SDG and Decent Work

SDG aims to promote sustained, inclusive, and sustainable economic growth, full and productive employment, and decent work for all. This goal is part of the 2030 Agenda for Sustainable Development, adopted by all United Nations Member States in 2015.² Regarding to decent work, the SDG claims that every country member needs to achieve full and productive employment and decent work for all women and men, including young people and persons with disabilities, and equal pay for work of equal value at the same time substantially reduce the proportion of youth not in employment, education, or training.

Since the first time the phrase «decent work» was used in the late nineties by Juan Samovia, it has been a strategic objective that should have been under the global scope to fight poverty³.

Decent work delivers a fair income, ensures security in the workplace and social protection for families, it offers better prospects for personal development and social integration, and allows freedom for people to express their concerns, organize and participate in the decision that affects their daily lives. There are certain points that decent work must represent for this to work properly such as: employment creation, rights at work, social protection and social dialogue. These points aim to achieve broader goals of reducing poverty, promoting social inclusion, and taking care of sustainable development. Decent work is essential not only for individual well-being but also for social and economic development. The creation of decent jobs can drive economic development and improve quality of life. It also contributes to other SDGs by promoting gender equality and reducing inequalities.

² THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM (2023).

³ Jorge Armando GARCÍA GARCÍA y Cesar Alveiro MONTOYA AGUDELO (2023), p. 12.

Overall, Decent work, under SDGs, is about ensuring that economic growth benefits everyone, by providing opportunities for all people to have jobs that are productive, provide fair income, and offer security and rights.

In terms of the region, there's been significantly changes to the decent work politics specially during the covid lockdown. The economic slowdown driven by shutting down production activities, limited public gathering, and physical distancing life- and health-protecting policies, resulted in lower investment rates, increasing Decent work deficits and increasing levels of domestic and external debt, and became the worst economic, social and production crisis the region has experienced in 120 years. In 2020, it is estimated that the Gross Domestic Product (GDP) for the region contracted by 7.7 %⁴

The crisis has had an unprecedented impact on the world of work in Latin America and the Caribbean, causing job losses, the bankruptcy of companies of all sizes and a sharp drop in people's incomes. It also highlighted the decent work deficits in the region, reflected in a high rate of labour informality. An inclusive, resilient, and sustainable recovery will require addressing structural issues such as insufficient investment in public health and education systems, and high levels of informality, decent work deficits, limited coverage of social protection systems.

1.2. Organizacional climate

Organizational climate, it refers as a cluster of perceptions and feelings share by the members of an organization about their work environment. These perceptions goe from certain aspects such as politics, practices and procedures of the organization, therefore human relationships and the conditions both physical and emotional of asocial and work environment. A positive and healthy organizational climate cand boost satisfaction and commitment towards employees, improve performance and reduce rotational workforce⁵.

Also, organizational climate can be a crucial concept in the organizations, and it can be a powerful ally that can show an overall health of people inside such places. Understanding this, there are certain points that it need to be covered, like: structural humans, administratives and culturals. These objectives can demonstrate that organizational climate has a crucial impact on several aspects, key to organizational life, such as satisfaction and motivation, which it means that a positive climate can upgrades satisfaction in the workplace and motivation towards

⁴ UNITED NATIONS (2020).

⁵ Milena Margarita VILLAMIZAR REYES y Delio Ignacio CASTAÑEDA ZAPATA (2014), p. 18.

employees, which it means in can improve their life and performance in their workplace⁶. It also can improve productivity and efficiency in their daily work.

A positive climate can reduce the risk of talent and labour workforce goes away, making an employee loyal to the workplace and commitment towards the organization. Confidence and openness facilitate innovation and creativity too. Furthermore, to have a better understanding and improve the climate, it's crucial measure regularly through polls, interviews or focal groups, and direct observation. This requires a strategic and continuous focus.

1.3. ICT, online education, and the pandemic in Mexico

The integration of ICT in education, a process that has been ongoing for several years, holds immense potential. Since the advent of multimedia, schools have been utilizing resources such as information repositories and, more recently, even social networks to bring knowledge to students in an alternative way. This practice has gained momentum in the last decade, thanks to the increased accessibility that students now have to electronic media —laptops, smartphones, and tablets— and the widespread availability of internet service in many institutions for the use of their academic community. This potential, when fully harnessed, can revolutionize the way we educate our students.

In Mexico, some efforts have been observed by the Ministry of Public Education so that schools at different educational levels have access to ICT and can use it as a means to educate themselves. An example was the Enciclomedia Program (2006-2012)⁷, which aimed to provide a digital tool for consulting information linked to textbooks and educational content at the preschool level. Later, various public spaces, such as schools, were integrated into the México Conectado program⁸, which intended for people to use the Internet for free, thereby reducing the digital divide. However, none of these measures were aimed at making the use of the Internet or instructional platforms part of everyday practices in the classroom.

Thus, in 2020, with the mandatory isolation due to COVID-19 and the transfer to a remote education format⁹, the conditions of the Mexican educational system came to light. The vast majority of public institutions needed digital support to teach courses, and for that year,

⁶ Madalena VILAS-BOAS (2019), p. 8.

⁷ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (2007), p. 11.

⁸ GOBIERNO DE MÉXICO (2015), p. 1.

⁹ FRANCISCO JOSÉ GARCÍA-PENALVO, Alfredo CORELL, Víctor ABELLA-GARCÍA y Mario GRANDE (2020), p.2.

only 13 universities had official government recognition as institutions that teach online courses¹⁰. On the other hand, the profile of the teaching staff at that time stood out for having an average age of 40 years, and just over 70 % were between 30 and 59 years old¹¹. From the data available on the use of ICT, it is known that 44 % of teachers had a B1 level of the DigitCompEdu Framework Progression Model, which means that they can apply, expand, and structure a class considering the digital sphere, while less than 15 % were at a leader or pioneer level. This reflects the training teachers' level at the beginning of the pandemic¹². It should be added that 6 out of 10 teachers created digital content, such as presentations or digital notes, for their classes.

In contrast, only 20 % of public school students had a computer or tablet at home, while for students enrolled in private institutions, the proportion was 50 %. This digital divide posed a significant challenge for students, especially those from disadvantaged backgrounds. Likewise, although young people are great consumers of digital content—primarily tutorial videos—their adaptation to the online modality was complex. Many students struggled with the lack of face-to-face interaction, the need for self-discipline in managing their time, and the technical challenges of online learning. As a result, by the summer of 2020, more than 300,000 people had already dropped out of university¹³.

Despite these challenging conditions, educational professionals have demonstrated remarkable resilience in the face of the greatest contingency in the area of education that not only Mexico, but many countries faced. They have been at the forefront, making and continuing to make adjustments to their online work dynamics, such as the constant training of their staff in hybrid methods, the adoption of virtual spaces for learning, and the modification of the forms of academic management, among others. However, once they returned to the new normal, some institutions and teachers continued with pre-pandemic practices, showcasing their adaptability and dedication.

2. METHODOLOGY

The study was meticulously crafted with a descriptive, transversal, and non-experimental approach, with the sole aim of fulfilling the set objectives. This design allowed for a comprehensive description of the main conditions experienced by education professionals, particularly

¹⁰ UNIVERSIDAD MEXICANA (2021), p. 1.

¹¹ GOBIERNO DE MÉXICO (2023), p. 1.

¹² Claudia Marina VICARIO-SOLÓRZANO y Froylán LÓPEZ-VALENCIA (2022), p. 34.

¹³ STATISTA RESEARCH DEPARTMENT (2024), p. 1.

their adaptation to the online teaching modality during the COVID-19 crisis. The study also focused on assessing their experiences, with a particular emphasis on Decent Work, the organizational climate, and the use of ICT and the effects of the pandemic in educational organizations, which are the key variables of interest in this research.

For this initial phase of a national study, we were worked with a convenience sample of 32 dedicated education professionals from 17 of the federal entities that comprise Mexico. These professionals, all teachers at the upper secondary and higher level, voluntarily agreed to participate in the study, demonstrating their commitment to advancing our understanding of the challenges they face in their work. While the sample size may be relatively small, it is important to note that it was carefully selected to ensure diversity and representativeness, thereby enhancing the generalizability of the findings.

The survey was the research technique used, with a self-administered digital questionnaire as the instrument. This questionnaire, consisting of 45 items addressing the study's variables, was rigorously validated by a similar sample and subject matter experts. The data was collected during the first half of 2024, primarily through electronic means such as email, social networks, and instant messaging. The collected data underwent a thorough descriptive and inferential statistical treatment using the Excel program, which involved summarizing the data and drawing inferences about the population from the sample, ensuring the reliability and validity of the findings.

To further support the research, the responses obtained between two subgroups were contrasted around the variables of interest. A confidence level of 95 % and 30 df was considered (1 697), and the following hypotheses were proposed, which, if confirmed, could provide valuable insights into the experiences and adaptation of education professionals to online teaching. The hypotheses used were:

— H0. There are no significant differences between the opinions expressed by teachers with more than 15 years of service and those with fewer years of work experience.

— H1. There are significant differences between the opinions expressed by teachers with more than 15 years of service and those who have fewer years of work experience.

3. RESULTS

As part of the characterization of the sample, it was identified that 22 % of the respondents are men, the rest are women, and 47 % are married. 44 % have a doctorate, 53 % are teachers, and the rest only have a bachelor's degree. 47 % have remained in the institution for 15 years

or less, and 3 % are attached to a private institution. Additionally, 8 out of 10 say they felt comfortable working from home. 50 % acknowledge that the migration to the online modality generated a high-stress level; however, just over 80 % stressed that they could quickly adapt to this modality. 31 % mentioned that working from home negatively affected their productivity, and 43 % perceived that working this way affected their emotional well-being.

Considering the categories proposed for the study, the results obtained by variables of interest are presented. In the first instance, regarding Decent Work, there is a tendency in the opinion of the study participants to «Agree» with the favorable conditions they had during the pandemic. Among these conditions that were verified include the perception that the educational centers provided sufficient job security that involved taking care of their health, the possibility of maintaining a healthy balance between their personal and professional lives, as well as having their profile enabled, a fair salary level and the motivation they received from their superiors within the organization. The indicator that obtained the highest score was the one that refers to the fact that they perceived that their position at school was secure. Another indicator that draws attention is that, according to those surveyed, the gender to which they belong was not a factor that affected their work life during the pandemic —see Table 1 for more information—.

TABLE 1. DECENTE WORK

Item	15 years or less		More than 15 years		p-value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
Overall, working from home during the pandemic had a positive impact on my professional life.	2.67	Agree	3.18	Agree	0.058	Yes
I felt supported by my institution during confinement.	2.60	Agree	2.82	Agree	0.267	Yes
The educational organization provided sufficient resources to handle challenges related to remote work during the pandemic.	2.60	Agree	2.82	Agree	0.273	Yes

Item	15 years or less		More than 15 years		p-value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
During the CO-VID-19 pandemic, my superiors supported me in balancing my work and my personal and family responsibilities.	2.67	Agree	2.94	Agree	0.223	Yes
During confinement, I felt confident about my job retention.	3.00	Agree	3.41	Agree	0.050	Yes
During online classes, the organization implemented adequate measures to guarantee my health and well-being.	2.53	Agree	2.94	Agree	0.146	Yes
I received a fair salary for the work done during confinement.	2.67	Agree	3.12	Agree	0.124	Yes
Due to my gender status, my work was affected during the pandemic period.	2.07	Agree	1.94	Agree	0.347	Yes
The educational organization demonstrated flexibility regarding schedules and tasks during the COVID-19 pandemic.	2.73	Agree	2.94	Agree	0.287	Yes

Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

Regarding the organizational climate, the subgroups in our sample have differing assessments. Notably, they all agree on one point—they felt motivated during the past contingency, as highlighted in Table 2. However, a stark contrast emerges when we look at the experiences of teachers with less than 15 years at the institution. They reported a less positive work environment, inefficient communication, and a lack of recognition for their work from the employing institution.

TABLE 2. ORGANIZATIONAL CLIMATE.

Item	15 years or less		More than 15 years		p - value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
During the COVID-19 pandemic, communication with the educational organization was clear and compelling.	2.47	In disagreement	2.65	Agree	0.312	Yes
The organizational climate was adequate for me.	2.20	In disagreement	2.88	Agree	0.041	Yes
I felt motivated with my work.	2.73	Agree	3.00	Agree	0.208	Yes
In the last confinement, I received appropriate recognition for my work and efforts for my institution.	2.20	In disagreement	2.76	Agree	0.082	Yes
In general, I consider that the organizational climate during the COVID-19 pandemic was positive.	2.27	In disagreement	2.94	Agree	0.042	Yes

Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

The use of ICT by teachers was also a variable of interest for this study. Teachers agree that, after the pandemic, they perceive it essential to insert these resources to teach their courses. Likewise, digital tools have become part of the resources they use daily in their classes. Teachers consider that many in-person courses can be migrated to other modalities. Another element that stands out about using ICT is that the pandemic constituted a period of many challenges in this field. However, it made them develop many skills to be better prepared for a future contingency —review table 3—. This is reaffirmed by the fact that 69% mentioned that communication in their classes was affected by the poor Internet reception that students have.

TABLE 3. USE OF ICT

Item	15 years or less		More than 15 years		p - value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
In the new normal, ICT and digital tools are already part of my daily routine.	3.60	Strongly agree	3.35	Agree	0.153	Yes
After the pandemic, it is imperative to insert ICT as a resource for teaching classes.	3.67	Strongly agree	3.65	Strongly agree	0.455	Yes
Many of the courses that we teach in person can be migrated to a hybrid modality or completely online.	3.53	Strongly agree	3.24	Agree	0.148	Yes
Nowadays, I apply work policies in classes, considering ICT.	3.13	Agree	3.47	Agree	0.114	Yes
Teachers should increase their digital skills to teach classes.	3.47	Agree	3.35	Agree	0.264	Yes
This experience of adapting my teaching work to the online modality allowed me to identify my potential for managing ICT.	3.20	Agree	3.41	Agree	0.181	Yes

Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

Another point of interest for the researchers was to review the impact of the pandemic on specific actions being carried out in educational organizations. Table 4 shows that, in the opinion of the teachers, working conditions did not improve due to the experience with the

pandemic. They do not even consider that there were pertinent modifications in the policies of their workplaces, taking into account the ‘new normal’ of increased reliance on technology and remote work. Nor do they believe that the organizational climate improved upon returning to their institutions. On the other hand, respondents issued positive evaluations linked to their quality of life. That is, they have reflected on the number of hours they dedicate to work, which is why they are prioritizing allocating more time to their family and taking care of their health, above their academic activities.

TABLE 4. POSPANDEMIC EFFECTS IN LABOUR

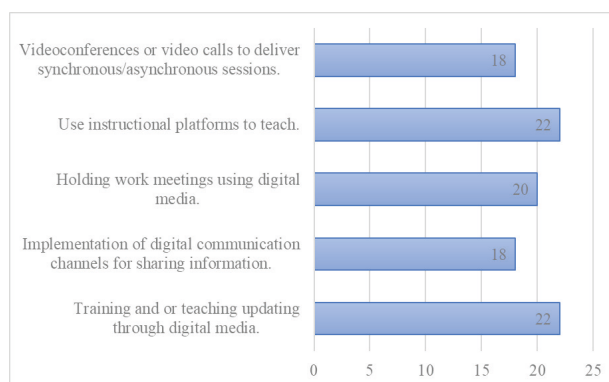
Item	15 years or less		More than 15 years		p - value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
Working conditions improved as a result of the pandemic experience.	1.87	In disagreement	2.35	In disagreement	0.102	Yes
The institution where I work made pertinent adjustments to improve working conditions based on our experience during the pandemic.	2.07	In disagreement	2.53	Agree	0.137	Yes
It seems that, currently, it could face a contingency like COVID-19 in a better way than in 2020.	3.27	Agree	3.59	Strongly agree	0.089	Yes
The organizational climate has improved since we reintegrated into the new normal.	2.00	In disagreement	2.35	In disagreement	0.171	Yes

Item	15 years or less		More than 15 years		p - value	Ho Accepted
	Average	Category	Average	Category		
The educational institution adjusted work policies and labor regulations, considering the pandemic's experience.	2.00	In disagreement	2.59	Agree	0.070	Yes
Given the confinement, I now prioritize family and health more.	3.00	Agree	2.71	Agree	0.178	Yes
The pandemic made me reflect on the hours I spent at my educational institution.	2.73	Agree	3.24	Agree	0.097	Yes
Confinement led me to take measures to improve my quality of life.	3.00	Agree	3.12	Agree	0.361	Yes
With the pandemic, it became clear that there are various processes that I can do from home.	3.73	Strongly agree	3.47	Agree	0.136	Yes

Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

Furthermore, the survey participants emphasized the role of digital resources in the post-pandemic educational landscape. They advocated for the continued use of instructional platforms (68%) for course delivery and continuous training in digital resources. The importance of videoconferencing for teaching and work meetings was also highlighted (60%). These findings, illustrated in Figure 1, underscore the significant shift in educational practices brought about by the pandemic.

FIGURE 1. ACTIVITIES MUST CONTINUE TO BE CARRIED OUT THROUGH VIRTUAL SUPPORTS AS PART OF DAILY ACTIVITIES, ACCORDING TO THE SAMPLE



Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

Finally, the sample was asked to mention the practices currently being carried out in their institutions. Figure 2 shows how 50 % of the participants indicated that in their institution, administrative management is carried out in the same way as before the pandemic. 12 % agree that educational spaces have not been enabled with ICT, 16 % point out that there is little use of technological tools in their classrooms. However, it is crucial to note that 40 % said that ICT training has become part of the processes that are carried out continuously within their institution, underlining the urgent need for its widespread implementation in the current educational landscape.

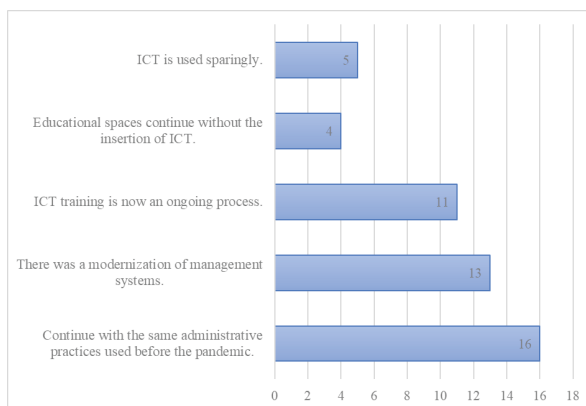
4. DISCUSSION

Educational institutions, must provide sufficient conditions so that their teachers feel that they are working in a space that provides them with favorable conditions for their professional development; with this, the service provide by teachers will be better¹⁴. ‘Decent work’ here refers to a work environment that is safe, provides fair compensation, offers opportunities for personal and professional growth, and allows for a healthy work-life balance. At the same time, substantial personal needs must be covered, such as a good salary level and the possibility of balancing work with daily life, so that the different areas of life are

¹⁴ Jesús Guillermo SOTELO ASEF y Ernesto Geovani FIGUEROA GONZÁLEZ (2017), p. 24.

not neglected¹⁵. In this sense, educational institutions become promoters of the quality of life of their teachers, which is part of what the SDGs seek today.

FIGURE 2. PRACTICES THAT PREVAIL IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS, ACCORDING TO THE SAMPLE



Note. Own elaboration based on the responses of the participants.

Based on the background left by the last pandemic, it is a fundamental interest for many workers to have social security services and have the possibility of caring for and sharing quality time with their families. Thus, currently, this is one of the great demands that must prevail in educational institutions, even more so because teaching work represents not only the activities that are carried out within the classroom but also those activities that must be carried out externally that have to do with planning and its updating on various topics related to teaching. Therefore, the responses of this ‘instrument’, a survey conducted among educational professionals, highlight the importance of applying ICTs to optimize and facilitate teacher updating and the sharing of information they have about the organization. With this, decent work should not be just a millennium objective but rather a fundamental part of the conditions every educational organization should cover.

Another element that stands out in this research is the organizational climate; in this area, very disparate responses were found regarding the perception of it during the pandemic. In the case of educational institutions, it is a priority that the necessary information is made known so that professionals can perform their functions. Furthermore, the messages issued by superiors must have a positive and motivating

¹⁵ Karimov Bahodir UKTAM O‘G‘LI y L. M. ESHMUXAMEDOV (2023), p. 1165.

meaning for those who perform the teaching function¹⁶. Although financial incentives are significant, it is also essential to have assertive feedback processes, which are crucial for the continuous improvement of educational processes, so that teachers carry out their tasks appropriately and take into account what they can improve without fear of losing their jobs.

Regarding ICT, it is clear that teachers found many areas of opportunity when facing the demands placed on them by the pandemic. This period involved significant improvements in the management of information technologies and, of course, recognizing the advantages of inserting technology when teaching classes¹⁷. Additionally, they recognize that ICTs allow them to carry out administrative processes in a simpler way, and allow them to be updated and in contact with their institution without having to travel with a lower investment of time and money for these processes. However, for this to really be optimal, it is essential that educational institutions also recognize the advantages that this has so that the post-pandemic period does not represent a regression to old practices that in many cases are not necessarily equally productive. Here, it is necessary to point out that innovation in educational organizations must respond to regulations and policies that contribute to Decent work and ensure that teachers and managers have better working conditions that have a positive impact on their emotional well-being and their lives in general.

5. CONCLUSIONS

This study offers a novel perspective on Decent Work for education professionals, particularly in the context of the pandemic and the «new normal». It underscores their evolving perceptions of the organizational climate and the imperative to adapt labor policies to benefit teaching staff, irrespective of their employment type or tenure. This fulfills the specific objective a of the study.

Specific objective b of the study delves into the professionals' ICT competence, a crucial factor with a direct correlation to their classroom performance. The study also reveals their positive reception of these technologies in the administrative processes of the academic community. These insights are vital for institutional managers to enhance work efficiency and align with the SDGs.

As the study acknowledges, this work represents an initial step in the assessment of Decent Work, based on a non-significant sample. To advance the research, it is crucial to apply the research instrument to

¹⁶ Tung-Ju WU, Lian-Yi WANG, Jia-Ying GAO y An-Pin WEI (2020), p. 3.

¹⁷ Hyunyoung CHOI, Soh-Young CHUNG y Jangwan Ko (2021), p. 7.

a representative sample, enabling a comparison of opinions between public and private institutions. The authors also propose extending this study to other Latin American countries, a step that would significantly enhance our understanding of Decent Work in the region.

Finally, the authors consider it essential to carry out studies that allow monitoring of the working conditions of education professionals, in which the actual situation and the desirable one are contrasted by international standards and those proposed in their own countries. Likewise, studies should be carried out that provide evidence of the administrative practices that are executed based on the demands that society has for this field of work, in synchrony with the virtual environment, and at the same time contribute to the quality of life of this productive sector.

6. REFERENCES.

- BECERRA RODRÍGUEZ Diego Fernando, BOUDE FIGUEREDO Oscar Rafael y BENÍTEZ MENDIVELSO, Marcela (2020), «Percepciones de profesores y estudiantes sobre la enseñanza remota durante la pandemia COVID-19: caso del Colegio Misael Pastrana Borrero», *Educación Química*, núm. especial, <http://dx.doi.org/10.22201/fq.18708404e.2020.5.77086> (Consulted June 2nd., 2024).
- CHOI Hyunyoung, CHUNG Soh-Young y Ko Jangwan (2021), «Rethinking Teacher Education Policy in ICT: Lessons from Emergency Remote Teaching (ERT) during the COVID-19 Pandemic Period in Korea» *Sustainability*, vol. 13, n. 10, pp. 1-15, <https://doi.org/10.3390/su13105480>.
- GARCÍA GARCÍA Jorge Armando y MONTOYA AGUDELO Cesar Alveiro (2023). «Social responsibility in the practice of decent work» *Visión de Futuro/Visión de Futuro*, vol. 27, n. 2, pp. 190-205 (Consulted June 10th, 2024).
- GARCÍA-PENÁLVO Francisco José, CORELL Alfredo, ABELLA-GARCÍA Víctor y GRANDE Mario (2020), «La evaluación online en la educación superior en tiempos de la COVID-19», *Education in the Knowledge Society (EKS)*, vol. 21, n. 26, <https://doi.org/10.14201/eks.23013>.
- GOBIERNO DE MÉXICO (2015), «México Conectado: acceso gratuito a Internet» *Presidencia de la República EPN*, p. 1, <https://www.gob.mx/epn/articulos/mexico-conectado-acceso-gratuito-a-internet> (Consulted May 30th, 2024).
- (2023), «Día de las y los maestros (15 de mayo)», *Consejo Nacional de Población*, <https://www.gob.mx/conapo/articulos/dia-de-las-y-los-maestros-15-de-mayo#:~:text=En%20M%C3%A9xico%20hay%20dos%20millones,Estad%C3%ADstica%20y%20Geograf%C3%ADa%20> (INEGI) (Consulted May 31th, 2024).
- KARIMOV B. U. O'g'li y ESHMUKAMEDOV L. M. (2023), «Labor protection improve working conditions, increase employees' productivity, implementation of rest regime», *Educational Research in Universal Sciences*, vol. 2, núm. 3 special, p. 1161–1166. <http://erus.uz/index.php/er/article/view/2543>.

- RAZO-RODRÍGUEZ Antonio Felipe y VÁZQUEZ-TAPIA Rosalina (2022), «Área 2. Contenidos digitales», en José Luis PONCE-LÓPEZ, Claudia Marina VICARIO-SOLÓRZANO y Froylán LÓPEZ-VALENCIA (coords.), *Competencias Digitales Docentes Metared México, estudio 2021*, Ciudad de México, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, pp.46-53.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (2007), «Libro Blanco programa Enciclopedia 2006-2012» <https://www.sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/2959/4/images/LB%20Enciclopedia.pdf> (Consulted June 3rd., 2024).
- SOTELO ASEF Jesús Guillermo y FIGUEROA GONZÁLEZ Ernesto Geovani (2017), «El clima organizacional y su correlación con la calidad en el servicio en una institución de educación de nivel medio superior» *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, vol. 8, n. 15, pp. 1-28 <https://doi.org/10.23913/ride.v8i15.312> (Consulted June 9th, 2024).
- STATISTA RESEARCH DEPARTMENT (2024), «La educación a distancia en México – Datos estadísticos» Sociedad, <https://es.statista.com/temas/7394/la-educacion-a-distancia-en-mexico/#editorsPicks> (Consulted May 29th, 2024).
- THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT KNOWLEDGE PLATFORM (2024) «The Sustainable Development Knowledge Platform Employment, decent work for all and social protection 2023» <https://sustainabledevelopment.un.org/topics/employment#:~:text=The%20key%20role%20of%20decent%20work%20for%20all,and%20productive%20employment%20and%20decent%20work%20for%20all%E2%80%9D> (Consulted June 9th., 2024).
- UNIVERSIDAD MEXICANA (2021), «Lista de universidades en línea avaladas por la SEP» <https://universidadmexicana.mx/news/universidades-en-linea-con-reconocimiento-por-la-sep-mexico> (Consulted June 1st., 2024).
- VICARIO-SOLÓRZANO Claudia Marina y LÓPEZ-VALENCIA Froylán (2022), «Las competencias digitales de los docentes mexicanos desde el Modelo DigCompEdu», en José Luis PONCE-LÓPEZ, Claudia Marina VICARIO-SOLÓRZANO y Froylán LÓPEZ-VALENCIA (coords.), *Competencias Digitales Docentes Metared México, estudio 2021*, Ciudad de México, Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior, pp.20-37.
- UNITED NATIONS (2020), *System-wide results report of the United Nations development system in Latin America and the Caribbean*, pp.12 (Consulted 12th, 2024).
- VILAS-BOAS, Madalena. (2019). «Relationship between the Perception of Organizational Culture and Ethical Climate and the Perception of Workplace Bullying», *Revista CES Psicología*, vol. 2, n. 2, pp 103-125. <https://doi.org/10.21615/cesp.12.2.8> (Consulted June 10th, 2024).
- VILLAMIZAR REYES Milena Margarita y CASTAÑEDA ZAPATA, Delio Ignacio (2014). «Relation between organizational climate and its dimensions and knowledge-sharing behavior among knowledge workers», en *International Journal of Psychological Research*, vol. 7, n. 2, pp. 64-75 (Consulted June 10th, 2024).

WU Tung-Ju, WANG Lian-Yi, GAO Jia-Ying y WEI An-Pin (2020), «Social Support and Well-Being of Chinese Special Education Teachers—An Emotional Labor Perspective» *International Journal of Environmental Research and Public Health*, vol. 17, n. 18, pp. 1-16. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186884>.

EL PAPEL DE LA COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN CIENTÍFICA EN EL AUTODIAGNÓSTICO PARA LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

José RODRÍGUEZ TERCEÑO
ESERP Digital Business y Law School de Madrid

1. INTRODUCCIÓN

Es innegable que el contexto de los primeros años de la segunda década del siglo XXI ha hecho notar, en muy poco tiempo, la necesidad de una mayor responsabilización por parte de todos los agentes sociales en materia de divulgación científica, exigiendo en algunas áreas, entiéndase, sobre todo, sanidad (crisis sanitaria provocada por la COVID-19, sobre información, desinformación, bulos, etcétera) y tecnológica (desarrollo de herramientas de inteligencia artificial, saturación de información y de contenidos, más desinformación, más bulos, filtros burbuja, manipulación y control social, etcétera), una redefinición de lo que entendemos, o, al menos, debería entenderse por comunicación y alfabetización científica. Cuando se sufren eventos, accidentes o desastres humanos, naturales o sanitarios, cuando las consecuencias de nuevos conocimientos, nuevas tecnologías o nuevos avances son más que notables a niveles socioeconómicos y redibujan las estructuras sociales con consecuencias más negativas que positivas, la obligación, moral si se quiere, de comunicar bien la ciencia es todavía más exigible, pero esta exigencia debe ir pareja a una también correcta alfabetización científica de la sociedad para que los procesos de divulgación científica tengan un sentido y unos efectos reales, entiéndase positivos, sobre la sociedad en su conjunto.

En otras palabras, a los dos ámbitos o fases de transmisión pública de la ciencia, la diseminación de la ciencia entre científicos y, posteriormente, su difusión y divulgación a la opinión pública¹, se habría de añadir una fase más que haga partícipe a la sociedad, a esa opinión pública, del proceso de comunicación con el fin de alcanzar una mayor y mejor alfabetización científica. El papel y la responsabilidad de los investigadores es, en este contexto al que aludíamos al comienzo, más importe aún, una relevancia que va más allá de la construcción de conocimiento para erigirse como intermediario de modelos integradores entre ese saber y la opinión pública, lo que consolida su obligación y responsabilidad como divulgador.

Esta faceta divulgadora del investigador no sólo atañe a sus capacidades, habilidades y competencias como comunicador, saber llegar al público adecuado, con un lenguaje y estilo apropiados, de fácil lectura, interpretación comprensión también a un contexto laboral e investigador que facilite la formación y la dedicación y que no encadene a los científicos y científicas, a los divulgadores y divulgadoras a un sistema de acumulación y meritoriajes infértiles que no tienen influencia más allá de lo reseñable académicamente, aunque, permítaseme, muy discutible, cuyo impacto e influencia sobre la opinión pública y la sociedad es nulo, es decir, cuando su papel en la alfabetización científica, en la interpretación y accesibilidad del conocimiento (científico, técnico, cultural, etc.) que posibilite el desarrollo social es inane y todo esfuerzo de mejor fútil; pues no conviene olvidar que la veracidad e influencia de todo conocimiento científico, técnico y cultural se comprueba y demuestra a través de la práctica social², en otras palabras, a través de la divulgación científica, que no es otra cosa que, como venimos afirmando, difundir los resultados de la investigación científica y técnica y del conjunto de los productos del pensamiento científico entre un público no experto, a través de discursos fácilmente comprensibles y significativos para los destinatarios³; es, con toda seguridad, la parte que refiere a la significatividad para los destinatarios en la que se incardina la intención del presente artículo, ofreciendo, aún en fase de proyecto, un cuestionario de autodiagnóstico que facilite, en tanto que ayude a consolidar, la alfabetización mediática en materia de relación con dispositivos y pantallas en y a la sociedad actual, cuyas consecuencias, desde la reducción de la atención y sus focos hasta la interrupción de tareas laborales o escolares, pasando por conductas y comportamientos adictivos (ansiedad, miedo, incertidumbre, duda, etcétera) no afectan únicamente a las generaciones más jóvenes (nativas digitales) sino también aquellas más adultas que tampoco han sido formadas en dicha alfabetización o lo han sido, en el mejor de los escenarios, con muchas

¹ Manuel Ángel CALVO CALVO (2013), p. 138.

² Bonifati M. KÉDROV y Aleksandr G. SPIRKIN (1968).

³ Yolaisy SÁNCHEZ FUNDORA y Yudit ROQUE GARCÍA (2011), p. 92.

limitaciones y distancias, unas limitaciones y distancias que artículos de divulgación como el presente pretenden reducir.

Nuestra intención, considerando la fase inicial en la que se encuentra el proyecto, no es otra que responder a la obligación inexcusable que todo investigador y comunicador científico asume, en tanto que inherente al desarrollo de su carrera, es decir:

Promover la curiosidad, ayudar a comprender las transformaciones que ocurren en la sociedad, ofrecer información para que las personas puedan formar su propia opinión y participar en cuestiones asociadas a los avances de la ciencia. Es decir, favorecer la participación de canales de información al servicio de la sociedad, así como también promover prácticas de cuidado de la salud, el medio ambiente y posibilitar mejorar la calidad de vida⁴.

Esa mejora de la calidad de vida, lo que sin duda se persigue con el cuestionario que se está desarrollando y que divulgamos aquí, es, sin duda, uno de los principios de actuación del estado del bienestar, de cualquier país democrático interesado en el progreso y desarrollo social en derechos y servicios universales y esenciales, por ello, es necesario la reelaboración del conocimiento científico oficial y alfabetizar a la ciudadanía en dicha materia⁵, en tanto que:

el ciudadano se ha incorporado de forma proactiva, a la construcción del conocimiento como fórmula para comprender el proceso de la investigación [por lo que] los esfuerzos para aumentar la alfabetización científica —enseñando— ciencia al público, se han sustituido gradualmente por iniciativas que promueven el diálogo entre la comunidad científica y la ciudadanía⁶.

En ese escenario de diálogo ubicamos los intereses y objetivos divulgativos del presente artículo y del objeto que le ocupa, la divulgación del cuestionario de autodiagnóstico para conocer el estado de la relación entre el individuo y los dispositivos y pantallas con los que comparte, para bien o para mal, su vida.

⁴ *Ibid.*, p.93.

⁵ Macarena PAREJO CUÉLLAR, Patricia DE CASAS MORENO y Heleny MÉNDIZ ROJAS (2022), p. 680.

⁶ Ana DELICADO, Jussara ROWLAND, Empar VENGUT CLIMENT, Isabel MENDONZA POUDREUX y Edurne GASTÓN ESTANGA (2021), p. 76.

2. OBJETIVO DIVULGATIVO Y SOCIAL DEL CUESTIONARIO

Todo proceso divulgativo, o de comunicación científica, aunque también nos guste pensar que se trata de un principio moral de actuación del investigador, una obligación irrenunciable y que, en puridad, así es, pese a un contexto académico, formativo y de difusión que los reduce a líneas curriculares cuantificables, también supone un proceso y un discurso, en tanto que comunicación divulgativa, que responde, cuando menos, a tres claros objetivos:

— Informar sobre los conocimientos y avances científicos, tecnológicos y culturales.

— Construir contexto político e ideológico, social y cultural, económico y legal de esos conocimientos y sus posibles afectaciones.

— Posibilitar el desarrollo de un pensamiento crítico y reflexivo consciente que garantice la formación de ciudadanos responsables⁷.

Es este último objetivo el que vertebra la necesidad de comunicar y presentar el cuestionario de autodiagnóstico que se ha definido para, con su divulgación y ejecución posterior, en una segunda fase futura, ayudar a mejorar la sociedad facilitando una herramienta divulgativa que pueda emplearse por un público inexperto, científicamente hablando, para conocer el estado de su relación con dispositivos y pantallas en un contexto de experiencia continuada, pues, para bien o para mal, esos dispositivos y esas pantallas forman parte inseparable de la vida de todos y todas nosotras.

Este ejercicio de divulgación se localiza en el fértil terreno de la alfabetización mediática, de la educomunicación en un sentido mucho más amplio si se prefiere, pues son estos campos más que productivos:

para entender los medios y sus contenidos, usos y mediaciones, a través de proyectos educomunicativos de interés ciudadano. Terreno fértil por la capacidad técnica y mediática de aumentar en el tiempo y en el espacio las experiencias mediatizadas sean de orden cognitivo, comunicativo o sensorial. Terrero fértil porque la distinción entre el mundo real y el virtual ya no resulta tan importante como la comprensión de su hibridez en procesos de sincronización inéditos e impensables hasta hace bastante poco⁸.

Pese a todo, tal y como el contexto sociocultural nos devuelve reflejado, cimentado sobre principios económicos promovidos por los grandes grupos empresariales propietarios y explotadores de entornos

⁷ Alejandra GONZÁLEZ DÁVILA (2007).

⁸ Irma VELEZ (2017), p. 15.

(tecnologías de la comunicación y la información, medios, soportes, formatos y plataformas digitales) y explotadores de participantes (usuarios y productores-consumidores), la alfabetización mediática, que no es sino una consecuencia directa de la alfabetización científica, se ha reducido a una simple suma de competencias técnicas⁹, unas competencias que únicamente capacitan al usuario y prosumidor para una correcta, en tanto que dirigida por esos intereses mercantilistas señalados, gestión de la información y del contenido para su consumo continuado y para la adquisición de habilidades y competencias en materia de propagación, es decir, de autoexplotación dentro de un sistema de consumo y producción, entendido por tal la mera difusión; alfabetización que no es tal, pues son, en realidad, hilos invisibles que empujan al ciudadano a mantener el bucle activo en un ejercicio de constante repetición¹⁰. En este sentido, merece la pena resaltar la existencia de una importante tendencia a la sobresaturación y a usos en los que predomina un entretenimiento fácil y liviano¹¹, un peligro del que no está exento nadie, pues incluso en personas de mayor nivel educativo y que se están formando como profesionales expertos en comunicación existe el riesgo de ocurrencia de estos fenómenos por el exceso de consumo de información superflua e innecesaria¹².

El objetivo del cuestionario de autodiagnóstico que aquí se presenta, no es el de aplicarse en pleno proceso de alfabetización mediática, como sucede en la mayoría de los casos de actividades divulgativas y formaciones destinadas a una mayor y mejor comprensión de las técnicas acumuladas que faciliten el trabajo de gestión de los nuevos medios, soportes y formatos, de gestión de las nuevas formas y modos de comunicación en los ecosistemas de las tecnologías de la información y la comunicación, sino anticiparse y poder aplicarse en el inicio del proceso de relación con los dispositivos y pantallas omnipresentes, fase que, por iniciativa quizás, poco se ha tenido en consideración en tanto que no valora, porque no pretende, obtener resultados que reduzcan los aspectos negativos y maximicen la eficacia en la gestión y uso de esos mismos dispositivos y pantallas.

En otras palabras, no pretendemos que el usuario pueda aprender a gestionar mejor la información y el contenido, a consumir y difundir mejor rentabilizando los tiempos y modos de uso, reducir el estrés, la ansiedad, la incertidumbre, el miedo, sino, más bien, a poder diagnosticar la relación establecida con esos elementos y agentes de tal como que esos efectos adversos no lleguen a producirse o puedan identi-

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Remedios ZAFRA (2022).

¹¹ Gabriel LORETO ECHEVERRI, Luis M. ROMERO RODRÍGUEZ y Amor PÉREZ RODRÍGUEZ (2019), p. 3.

¹² Luis M. ROMERO RODRÍGUEZ e Ignacio AGUADED (2016), p. 37.

carse con antelación y el proceso de alfabetización mediática pueda ser más fructífero en tanto que esté vertebrado por una relación sana, claramente observada y por tanto definida por el propio usuario.

El principal objetivo de la propuesta es aumentar la capacidad de actuación y de participación de manera autónoma del usuario fortaleciendo sus competencias analíticas y críticas antes dispositivos y pantallas y sus contextos, caracterizados por el exceso, pudiendo aplicar de manera didáctica y efectiva el conocimiento científico mediático que la herramienta, el cuestionario, le proporciona.

Es, así lo consideramos, una propuesta de actividad que refuerza la adquisición de habilidades y competencias en alfabetización mediática y, al mismo tiempo, en alfabetización científica; su condición auto-administrable, además, favorece el empoderamiento para aprovechar los potenciales identificados de habilidades digitales, colaboración y producción de contenidos, además de contribuir a un cambio social y democratizar la comunicación desde la reforma mediática¹³.

En definitiva, la pretensión del cuestionario y su divulgación no es tanto moldear la opinión pública como velar y garantizar la educación y formación, alfabetización mediática y científica, de esta. Se hace partícipe al usuario del proceso de comunicación científica y de conocimiento por medio del cuestionario de autodiagnóstico autoadministrado de modo que también se integra en la divulgación científica que tiene por objetivo contribuir a la mejora de la sociedad.

3. DEFINICIÓN DEL CUESTIONARIO PARA EL AUTODIAGNÓSTICO

El proyecto que se pretende divulgar a través del presente artículo es un cuestionario autoadministrado que posibilita, al menos con esa intención se ha definido, el autodiagnóstico sobre la relación que el individuo cuestionado mantiene con los diferentes dispositivos y pantallas presentes en sus hábitos y rutinas diarias; dicho en otras palabras, conocer si existe o no una situación de alienación entre dispositivos, pantallas y usuario que condicione por completo su día a día, su conducta y comportamiento más allá de la, en apariencia sencilla, instrumentalización como herramienta de trabajo u ocio y entretenimiento. Esa situación de alienación podrá facilitar la concreción del momento inicial de desarrollo de la alfabetización mediática en que el sujeto se encuentra y poder obrar en consecuencia para modificar aspectos negativos y potenciar los positivos.

¹³ María Consuelo LEMUS POOL, César BÁRCENAS CURTIS y José Alberto GÓMEZ ISSASI (2021), p. 91.

El punto de partida será, y sin considerar los habituales interrogantes sociodemográficos y psicográficos de segmentación, una pregunta general sobre el sentir del individuo acerca de su relación con dispositivos y pantallas, sobre si la relación es buena o mala en terminos generales y, también, sobre si el uso que hace de dispositivos y pantallas es bueno (correcto acorde a lo recomendado por las autoridades sociosanitarias) o malo (incorrecto), en el sentido más amplio y sin distinguir aún entre actividades laborales o académicas y ocio y entretenimiento; además, también se preguntará sobre su percepción y creencia, es decir, si cree tener una buena o mala relación con sus dispositivos y pantallas. En tanto que estas dos preguntas pueden parecen muy similares y confundir el inicio del cuestionario (aunque la intención de dicha percepción se pretende recuperar al final del cuestionario), se complementan con preguntas directas acerca de la percepción de la mediación de los dispositivos y las pantallas sobre los aspectos vitales que, más adelante, estructurarán y diferenciarán las partes del cuestionario, esto es, hábitos y usos, trabajo y estudio, y, por último relaciones. En otras palabras, preguntar sobre la conciencia de la mediación constante y continuada de los hábitos y rutinas cotidianas, sobre las actividades laborales o académicas y, también, sobre la mediación que afecta a sus relaciones familiares, de pareja, amistad, etcétera.

El objetivo inicial es ubicar al sujeto en un lugar que el mismo define a partir de la identificación que hace de su relación con sus dispositivos y pantallas, de su uso correcto o incorrecto, de su percepción y creencia, así como de la apreciación, en tanto que reconocimiento, de la mediación manifiesta en todos los ámbitos de su vida. Momento y lugar al que se retorna en las preguntas finales para volver a cuestionar al sujeto y comprobar si existe o no coincidencia con aquello que a priori se creía.

A partir de este punto, y antes de cuestionar sobre determinadas actitudes de uso y comportamiento, el cuestionario se divide en tres grandes bloques que agrupan diversas preguntas relacionadas con los hábitos y usos de los dispositivos y pantallas en diferentes circunstancias y escenarios, preguntas sobre la presencia y uso de los dispositivos y pantallas en los terrenos laboral y académico estudiantil y, finalmente, preguntas sobre la mediación de las relaciones personales alienadas por los dispositivos y pantallas.

En el primero de los bloques, se pregunta, entre otras cuestiones sobre la presencia, hábito y uso de los dispositivos y pantallas en los periodos de descanso y sueño, no únicamente si, por ejemplo, se descansa o duerme con el teléfono móvil encendido, también si se ha consultado antes y después, cuánto tiempo antes y cuánto tiempo después, la necesidad o contingencia de la consulta, etcétera. Estas mismas preguntas se pueden trasladar a los momentos de desplazamiento

rutinarios, con la salvedad de que aquí también se puede cuestionar si cuando se ejerce la conducción también se recurre al uso de un dispositivo o pantalla dentro de variadas posibilidades (guía y orientación, música, conversación telefónica, mensajería, etcétera); sin caer en la ilegalidad, aunque no del todo, también se pregunta al sujeto si mientras camina consulta algún dispositivo para según que opciones y en según que momentos, desplazándose, esperando para cruzar la calzada, etcétera. En este subgrupo identificamos una pregunta clave que puede adelantar comportamientos adictivos, interrogando al sujeto sobre su necesidad de volver a buscar un dispositivo (teléfono) cuando se lo ha dejado olvidado en casa.

En otro bloque se cuestiona al sujeto sobre la consulta o uso de dispositivos en lugares o situaciones donde las formas, o la simple educación, lo indican como inapropiado, por ejemplo, durante una comida o actividad informal con familiares o amigos, durante el ocio nocturno, en cines, conciertos, festivales o visitas a museos, practicando deporte, bien se trate de antes, durante o después e, incluso, mientras se utiliza el aseo ya se trate de miccionar, cepillarse los dientes, ducharse, etcétera. La frecuencia o la sensación de necesidad y urgencia de estos hábitos y usos puede dar buena medida de la alienación del sujeto respecto de sus dispositivos y pantallas.

Por otro lado, en relación directa con los problemas y enfermedades mentales más presentes en nuestras sociedades multipantalla contemporáneas, se pregunta al sujeto si la ausencia de dispositivos o el impedimento de su uso provoca o genera, en algún grado, desde mal humor hasta una intranquilidad más o menos intensa; se establece, además, un listado de variables emocionales que el sujeto puede identificar y el grado en que ha podido experimentarlas: ansiedad, estrés, inseguridad, irritabilidad, evitación, inquietud, impulsividad, agotamiento, insatisfacción, vacío, soledad, miedo irracional y abstinencia. Estas emociones van ligadas al hábito de consulta sin necesidad, la humor diferente ante la falta de uso o la incapacidad manifiesta de renunciar a algún determinado dispositivo o pantalla, hasta el punto de, también preguntar obviamente, si el sujeto ha llegado a aislarse para utilizar algún dispositivo.

El bloque centrado en hábitos y usos puede configurar, para el sujeto cuestionado, un escenario muy definido del peso alienante que diferentes dispositivos y pantallas tienen en su día a día; en algunas preguntas se puede incluir una escala likert que permitirá evidenciar y medir el grado o intensidad de esa afectación y, en consecuencia, la preocupación o necesidad de actuar según corresponda mediante la modificación o rectificación de hábitos y usos.

En lo referente al bloque que se ocupa de la mediación de dispositivos y pantallas en los ámbitos laboral y académico, lo primero de

todo es generar un mínimo de contexto para tomarlo como punto de referencia, esto es, concretar la necesidad, y el grado de la misma, de uso para el desempeño profesional o académico de cualquier dispositivo o pantalla. Los interrogantes siguientes se centrarán en los usos personales y no necesarios, la frecuencia de uso, la ocultación del mismo, la interrupción que supone respecto al desempeño, en tanto que desarrollo, de la actividad laboral y académica, la afectación, inicialmente negativa, sobre el rendimiento y los resultados laborales y académicos, etcétera.

Sin abandonar el contexto laboral y académico se cuestiona sobre problemas sufridos en estos ámbitos por el uso indebido, no permitido, de algún dispositivo y pantalla, la tipología de problemas y de las soluciones posibles o puestas en ejecución.

Finalmente, en el bloque centrado en las relaciones familiares, de pareja, amistad, etcétera, la preguntas son menos numerosas y están dirigidas a cuestionar en que medida, si alguna vez se ha dado, la mediación hasta el punto de alienación de dichas relaciones se ha resentido o erosionado por un mal uso de dispositivos y pantallas. Se incluyen, además, algunas preguntas complementarias que refuerzan el diagnóstico en este apartado al interrogar al sujeto si, por un lado, el mal uso, la mediación constante y el alienamiento son motivo de un descenso o reducción de la motivación en el mantenimiento de cualesquiera que sean las relaciones (pareja, amistad, laborales, etc.); por otro lado, se pregunta la sujeto si todos los comportamiento, hábitos y usos, buenos y malos, en todos sus grados e intensidades, ha podido observarlos en otros.

Un último bloque de preguntas se centra en aspecto puramente comunicativos que van desde el tipo de contenido que se gestiona a través de los diferentes dispositivos y pantallas empleado en el día a día del sujeto, así como el valor del mismo, entiéndase contraseña, claves de seguridad, información privada o sensible, etcétera. También se cuestiona al sujeto si establece comunicación con contenido muy marcados, es decir, si comunica momento de felicidad o de tristeza, si busca la admiración o aprobación de sus interlocutores, si es un contenido en el que es protagonista o aparece aislado, así como aspecto concretos de los elementos de discurso que emplea para codificar, descodificar e interpretar los contenidos comunicados a través de los dispositivos y las pantallas.

Todas las preguntas irán acompañadas de su correspondiente explicación, aquella que facilite la comprensión al sujeto en tanto que supone un público no experto, que le haga participe del proceso de alfabetización mediática en el que está involucrado, las más de las veces sin saberlo, al conocer los pormenores detallados por el cuestionario realizado. El lenguaje empleado, unido al carácter autoadministrado,

dan forma al cuestionario de comunicación científica no especializada, es decir, comunicación científica divulgativa, en tanto que integra al sujeto, por medio de una participación activa, en el proceso de alfabetización y, al mismo tiempo, en el de comunicación científica que la obtención de resultados supondría.

4. CONCLUSIONES

La incertidumbre presente, que será, nos temenos, una constante en los años venideros, obliga a perseverar, más si cabe, en la labor divulgadora que los investigadores e investigadoras asumen en el ejercicio deontológico de su profesión, las más de las veces, aunque no todas, estrechamente ligada a la docencia y formación, por lo que la obligación moral es aún mayor. La alfabetización científica, como la alfabetización mediática, no supone únicamente la planificación e implantación de técnicas, herramientas, habilidades y competencias que garanticen la desenvoltura, el buen uso y desempeño del conocimiento, avances e innovaciones científicas y mediáticas, también deben redefinir su papel en un contexto regulador que debe poner, si no lo ha puesto ya, el foco en luchar contra las desigualdades ocasionadas por la desinformación mediática y la desinformación científica, muy especialmente considerados los entornos digitales, entiéndase como canales y medios, que posibilitan la producción y difusión de ingentes cantidades de información y contenido, cuya principal amenaza, y es algo fácilmente observable con, simplemente, asomarse un poco al vacío de la red, es la dificultad para diferenciar y destacar la información y el contenido de valor, sobre todo por parte del público no iniciado, del contenido superfluo y liviano, como identificar quién sabe de lo que escribe y quién no, quién se constituye como una voz autorizada y quién no en la transmisión de conocimiento científico a la opinión pública, a la sociedad, algo especialmente difícil considerada la paradoja de comunicar y divulgar ciencia a través de plataforma *a priori* no definidas para tal objetivo como, por ejemplo, redes sociales como Instagram o Tik Tok¹⁴, un entorno donde puede llegar a tener el mismo peso la voz experta de aquella que no lo es¹⁵.

Nuestra intención con la divulgación del cuestionario para el auto-diagnóstico, considerada la diferencia fundamental para todo investigador y divulgador entre la comunicación científica especializada y la comunicación científica divulgativa, es uir del sensacionalismo científico que gobierna no sólo el periodismo científico, cuyos objetivos, aunque hermanados con la divulgación investigadora, discurren por

¹⁴ Macarena PAREJO CUÉLLAR, Patricia DE CASAS MORENO y Heleny MÉNDIZ ROJAS (2022).

¹⁵ Vladimir DE SEMIR (2015).

otros derroteros, también invade, ese sensacionalismo apuntado antes, la comunicación científica divulgativa, no en los mismos términos, por supuesto, pero sí en los establecidos por índices y clasificaciones que condicionan la práctica investigadora y su divulgación desde el inicio del proceso. En pocas palabras, se pretende poner a disposición del público una herramienta de alfabetización mediática que, en línea con las recomendaciones de la UNESCO¹⁶ sobre la dotación de prácticas que permitan a la sociedad acceder, crear y manipular los medios (analógicos y digitales), al mismo tiempo ofrece al individuo conocer mejor el estado de la relación que tiene establecida con sus dispositivos y pantallas, contribuir a la reducción de la vulgarización investigadora y científica, pues la divulgación, bien ejercida, no está reñida con la población, en tanto que conocimiento, de los saberes investigadores y científicos.

5. REFERENCIAS

- CALVO CALVO, Manuel Ángel (2013), «Características de la formación continuada en comunicación científica impartida a profesionales de la salud», *Fundación Educación Médica*, 16 (3), pp. 137-144.
- DE SEMIR, Vladimir, *Decir la ciencia. Divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter*, Barcelona, Ediciones UB.
- DELICADO, Ana, ROWLAND, Jussara, VENGUT CLIMENT, Empar, MENDONZA POUDEUREUX, Isabel y GASTÓN ESTANGA, Edurne (2021), «Consultas públicas sobre comunicación científica», en *Métode. Revista de Difusión de la Investigación*, 1 (108), pp. 74-81.
- GONZÁLEZ DÁVILA, Alejandra (2007), *Discurso y divulgación científica*, Buenos Aires, Editorial Buenos Aires.
- KÉDROV, Bonifati M. y SPIRKIN, Aleksandr G. (1968), *La ciencia*, México, Editorial Grijalbo.
- LEMUS POOL, María Consuelo, BÁRCENAS CURTIS, César y GÓMEZ ISSASI, José Alberto (2021), «Jóvenes y tecnologías digitales. Diagnóstico del uso y apropiación de plataformas digitales en la zona conurbada del sur de Tamaulipas», en *CienciaUAT*, 14 (2), pp. 87-103.
- LOTTERO ECHEVERRI, Gabriel, ROMERO RODRÍGUEZ, Luis M. y PÉREZ RODRÍGUEZ, Amor (2019), «Tendencias de las publicaciones especializadas en el campo de la educomunicación y alfabetización mediática en Latinoamérica», en *Interface. Comunicação, Saúde, Educação*, 23, pp. 1-17.
- PAJEJO CUÉLLAS, Macarena, DE CASAS MORENO, Patricia y MÉNDIZ ROJAS, Heleny (2022), «La divulgación científica: retos y oportunidades de la comunicación», en *Redes Sociales y Ciudadanía: Ciberculturas para el aprendizaje*, 2, Huelva, Grupo Comunicar Ediciones.
- ROMERO RODRÍGUEZ, Luis M. y AGUADED, Ignacio (2016), «Consumo informativo y competencias digitales de estudiantes de periodismo de Colombia, Perú y Venezuela», en *Convergencia*, 23 (70), pp. 35-57.

¹⁶ UNESCO (2021).

- SÁNCHEZ FUNDORA, Yolaisy y ROQUE GARCÍA, Yudit (2011), «La divulgación científica: una herramienta eficaz en centros de investigación», *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 7 (7), pp. 91-94.
- UNESCO (2021), *La alfabetización mediática e informacional*. París, Ediciones Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
- VELEZ, Irma (2017), «La formación en alfabetización mediática y competencia digital», en *Revista Fuentes*, 19 (2), pp. 15-19.
- ZAFRA, Remedios (2022), *El bucle invisible*. Oviedo, Ediciones Nobel.

***SHARĪ'AH* Y PROSELITISMO: LA ENSEÑANZA DE LA EDUCACIÓN RELIGIOSA NO ISLÁMICA EN PAÍSES MUSULMANES**

Antonio TORRES FERNÁNDEZ
Universidad a Distancia de Madrid, UDIMA

1. INTRODUCCIÓN

En los países donde el islam es la religión dominante y la *sharī'ah* es parte del sistema jurídico, la enseñanza de la educación religiosa no islámica plantea desafíos significativos y complejidades tanto en el ámbito educativo como en el jurídico. Este estudio propone investigar los diversos aspectos de este fenómeno, centrándose en los retos que enfrentan los educadores, los estudiantes y las comunidades en general en relación con la enseñanza de religiones no islámicas en entornos musulmanes.

La investigación propuesta se centrará específicamente en Argelia, un país cuya Constitución confirma que la religión oficial del Estado es el islam y cuya legislación civil incorpora de forma explícita a la *sharī'ah* como fuente subsidiaria del Derecho (artículo 222 del Código de Familia, modificado en 2005).

De acuerdo con el Informe sobre Libertad Religiosa de 2022 del Departamento de Estado del Gobierno de Estados Unidos, si bien la no está penada por ley en Argelia, sí se condena a quien «incite, obligue o utilice medios de seducción con la intención de convertir a un musulmán a otra religión; o [quien lo haga] mediante establecimientos de enseñanza, educación, salud, sociales, culturales, instituciones de

formación o cualquier medio financiero»¹. Por este concepto, ya ha habido sentencias condenatorias (caso Rachid Seighir, 2021).

Argelia, sin embargo, es un Estado firmante de la Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos desde 1968 (posteriormente lo ratificó en 1989), donde se recoge que toda persona gozará del derecho de la libertad religiosa, lo que incluye el derecho a su enseñanza (artículo 18 de la convención).

En este marco sociocultural y jurídico, la enseñanza religiosa enfrenta una complejidad única y digna de estudio debido a las tensiones entre la protección de la identidad islámica del país y el respeto a la libertad religiosa de los ciudadanos.

2. METODOLOGÍA

La metodología propuesta para abordar la complejidad de la enseñanza de religiones no islámicas en entornos musulmanes, específicamente en Argelia, se basa en un enfoque interdisciplinar que integra aspectos educativos, jurídicos y socioculturales. El objetivo es investigar los desafíos que enfrentan los educadores, estudiantes y comunidades en general en relación con este fenómeno, considerando las tensiones entre la identidad islámica del país y el respeto a la libertad religiosa de los ciudadanos.

En primer lugar, se realizará una revisión exhaustiva de la literatura académica relacionada con la enseñanza de religiones no islámicas en países de mayoría musulmana, con un enfoque particular en el caso de Argelia. Esto incluirá la revisión de leyes, políticas educativas, informes de organizaciones internacionales y estudios previos sobre la libertad religiosa en el país.

A continuación, se llevará a cabo un análisis detallado de la legislación nacional e internacional relacionada con la libertad religiosa y la enseñanza de religiones no islámicas en Argelia. Esto incluirá el estudio de la Constitución argelina, el Código de Familia y otros documentos legales relevantes, así como el Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos.

Seguidamente, se analizarán entrevistas con educadores, líderes religiosos, representantes gubernamentales y miembros de la sociedad civil en Argelia para comprender sus perspectivas y experiencias con respecto a la enseñanza de religiones no islámicas a partir de casos es-

¹ U.S. DEPARTMENT OF STATE (2022), *2022 Report on International Religious Freedom: Algeria*. Informe disponible online en: <https://www.state.gov/reports/2022-report-on-international-religious-freedom/algeria/#:~:text=The%20law%20grants%20all%20individuals,non%2DMuslims%20is%20a%20crime> (accedido el 21 de abril de 2024).

pecíficos de controversias relacionadas con la enseñanza de religiones no islámicas en Argelia, incluidos asuntos judiciales como el de Rachid Seighir en 2021. Esto permitirá identificar patrones y tendencias en la aplicación de la ley y las actitudes hacia la libertad religiosa en el país.

Tras ello, se llevará a cabo un análisis ético y pedagógico de las implicaciones de la enseñanza de religiones no islámicas en un entorno musulmán como Argelia. Se considerarán cuestiones como la equidad educativa, el respeto a la diversidad religiosa y la promoción del diálogo interreligioso.

Finalmente, basándose en los hallazgos de la investigación, se elaborarán conclusiones sobre los desafíos y oportunidades en la enseñanza de religiones no islámicas en Argelia.

3. DISCUSIÓN

3.1. Definición y alcance de la sharī'ah

La noción de *sharī'ah*, en el contexto de la enseñanza de la educación religiosa no islámica en países musulmanes, constituye un ámbito de estudio de una complejidad intrínseca que demanda una cuidadosa consideración. La *sharī'ah*, literalmente traducida como *el camino a seguir* o, simplemente, la ley islámica, representa el ideario normativo que rige la vida de los creyentes musulmanes, delineando tanto aspectos de la vida cotidiana como cuestiones de índole ética, jurídica y espiritual. Su alcance, por ende, rebasa el mero marco legal para penetrar en las esferas más íntimas de la existencia humana, conformando una visión integral del mundo y de la conducta humana².

Así, la dualidad de la *sharī'ah* como ordenamiento jurídico y como ley espiritual constituye un aspecto fundamental de su naturaleza y alcance, ya que trasciende los límites convencionales de un sistema legal para abarcar aspectos más profundos y significativos de la existencia humana. Esta dualidad se manifiesta en su capacidad para proporcionar un marco normativo tanto para las relaciones sociales y las transacciones comerciales, por un lado, como para la búsqueda de la verdad espiritual y la realización personal, por otro lado³.

En su primera vertiente, esto es, como ordenamiento jurídico, la *sharī'ah* establece un conjunto de normas y principios generales que regulan diversos aspectos de la vida cotidiana de los creyentes musulmanes. Estas normas abarcan áreas que van desde el derecho de fami-

² RIDGEON, Lloyd (2021), «Sharia, Fiqh, and the New Religious Thinkers», en *Hijab: Three Modern Iranian Seminarian Perspectives*, pp. 19–66.

³ HANNON, Patrick (2008), «Sharia?», en *The Furrow*, 59 (5), pp. 259–263.

lia y la propiedad hasta el derecho penal. De este modo, la *sharī'ah* proporciona orientación sobre cómo deben conducirse los individuos en sociedad, promoviendo la justicia, la equidad y el bienestar común. Al mismo tiempo, sirve como un marco legal que busca preservar los derechos y las responsabilidades de los individuos dentro de la comunidad, fomentando la cohesión social y el respeto por la ley natural⁴.

Sin embargo, la importancia de la *sharī'ah* no se limita a su función como un sistema jurídico externo; más allá de ello, también sirve como una ley espiritual que guía la conducta y la moralidad de los creyentes musulmanes. En este sentido, la *sharī'ah* no solo prescribe acciones externas, sino que también busca moldear las actitudes y los valores internos de los individuos, inspirando un sentido de virtud, humildad y devoción hacia Dios. A través de sus enseñanzas sobre la moralidad y la ética, la *sharī'ah* ofrece un marco para la autorrealización y el crecimiento espiritual, incentivando a los creyentes a buscar la excelencia en todos los aspectos de sus vidas⁵.

Este dimorfismo de la *sharī'ah* como ordenamiento jurídico y como ley espiritual refleja su naturaleza holística y completa, que reconoce la interconexión entre lo material y lo espiritual, lo terrenal y lo divino. Al trascender el mero marco legal en un sentido tradicional, la *sharī'ah* ofrece una visión integral del mundo y de la conducta humana, que busca armonizar los aspectos prácticos de la vida con las aspiraciones espirituales del individuo. En última instancia, esta dualidad se convierte en una fuente de cohesión social, identidad cultural y realización personal para los creyentes musulmanes, enriqueciendo sus vidas tanto en el plano terrenal como en el espiritual⁶.

En su esencia, la *sharī'ah* se fundamenta en dos fuentes primarias: el Corán, considerado la palabra revelada de Dios a través del profeta Mahoma, y la *sunnah*, que comprende las enseñanzas y prácticas mahometanas⁷.

La *sharī'ah*, en su esencia, no constituye por sí sola un ordenamiento jurídico completo ni un compendio de normativa asimilable a una ley o reglamento en el sentido convencional. Más bien, se presenta como un conjunto de principios, valores y directrices que guían la vida de los creyentes musulmanes en todos los aspectos de su existencia.

⁴ McMILLEN, Michael J.T. (2008), «Islamic Law Forum», en *The International Lawyer*, 42 (2), pp. 1017-1032.

⁵ HALLAQ, Wael B. (1992), «Usul al-Fiqh: Beyond Tradition», en *Journal of Islamic Studies*, 3 (2), pp. 172-202.

⁶ BERNAND, Marie (1992). «Les uṣūl al-fiqh de l'époque classique status quaestionis», en *Arabica*, 39 (3), pp. 273-286.

⁷ MASUD, Muhammad Khan (2005), «Teaching of Islamic Law and Sharī'ah: A Critical Evaluation of the Present and Prospects for the Future», en *Islamic Studies*, 44(2), pp. 165-189.

En su forma pura, la *sharī'ah* podría asimilarse a la guía misma de la religión islámica⁸.

Para materializar esta guía espiritual en un sistema legal aplicable, sin embargo, se requiere de una disciplina que pueda discernir entre las diversas narraciones que conforman la *sharī'ah* para determinar cuáles son los elementos jurídicos pertinentes para su aplicación práctica. Esta disciplina se conoce como *'uṣūl al-fiqh*, que puede traducirse como la metodología de la jurisprudencia islámica⁹.

'Uṣūl al-fiqh se encarga de proporcionar, así, un marco metodológico y hermenéutico para interpretar y aplicar la *sharī'ah* en contextos jurídicos concretos, que se materializan mediante el *fiqh*. Para ello, se sirven de procesos como el consenso de la comunidad musulmana (*ijmā'*) y el razonamiento analógico (*qiyās*), que constituyen los pilares sobre los cuales se erige la estructura jurídica de la jurisprudencia islámica. Igualmente, el *'uṣūl al-fiqh* aborda cuestiones relacionadas con la interpretación textual, la abrogación (*naskh*), y otros métodos de deducción legal para garantizar la coherencia y la integridad del sistema jurídico islámico¹⁰.

Esto es, mientras que la *sharī'ah* proporciona una guía holística y comprehensiva para los creyentes musulmanes, es el *'uṣūl al-fiqh* el que permite materializar esta guía en un ordenamiento jurídico aplicable. Al proporcionar un marco metodológico para la interpretación y aplicación de la *sharī'ah*, el *'uṣūl al-fiqh* desempeña un papel crucial en la aplicación y adaptación de la jurisprudencia islámica (*fiqh*) a lo largo del tiempo y en diversos contextos culturales y sociales¹¹.

A mayor abundamiento, la interpretación y aplicación de la *sharī'ah* y del *'uṣūl al-fiqh* han dado lugar a diversas escuelas de pensamiento jurídico (*madhāhib*), cada una con sus propias argumentaciones y enfoques, lo que añade una capa de complejidad a su comprensión¹².

La preeminencia de las diferentes escuelas de pensamiento jurídico islámico exhibe una variabilidad significativa en función de cada nación, manifestándose una influencia más marcada de una escuela sobre las demás en determinados contextos geográficos. Históricamente, en Argelia, el *madhhab* que ha tenido una influencia predominante ha sido

⁸ KAMALI, Mohammed Hashim (2006), «Legal Maxims and Other Genres of Literature in Islamic Jurisprudence», en *Arab Law Quarterly*, 20 (1), pp. 77-101.

⁹ HASAN, Ahmad (2000), «Sunnah as a Source of Fiqh», en *Islamic Studies*, 39 (1), pp. 3-53.

¹⁰ KAMALI, Mohammad Hashim (1996), «Methodological Issues in Islamic Jurisprudence», en *Arab Law Quarterly*, 11 (1), pp. 3-33.

¹¹ ANSARI, Zafar Ishaq (2016), «The Early Development of Islamic Fiqh in Kūfah with Special Reference to the Works of Abū Yūsuf and Shaybānī [ī]: Chapter Two: The Early Phase: Fiqh Before Abū Ḥanīfah», en *Islamic Studies*, 55 (3/4), pp. 301-336.

¹² AL-ALWANI, Shaykh Taha Jabir (2005), «The Crisis in Fiqh and the Methodology of Ijtihad», en *Issues in Contemporary Islamic Thought*, pp. 108-128.

el *mālikī*. Esta escuela de pensamiento jurídico islámico, arraigada en la región del Magreb, incluyendo Argelia, ha sido ampliamente aceptada y practicada por la mayoría de los musulmanes en la región a lo largo de los siglos.

Una de las características distintivas del *mālikī* es su énfasis en la práctica local y las tradiciones de la comunidad. Los seguidores de esta escuela jurídica tienden a basar sus decisiones legales en las prácticas y costumbres de la comunidad en la que viven, así como en la interpretación de los textos legales islámicos. Esto confiere al *mālikī* una flexibilidad notable, permitiéndole adaptar las normas legales islámicas a las necesidades y circunstancias locales.

La adaptabilidad del *mālikī* se manifiesta en su capacidad para acomodar diferentes contextos culturales y sociales. Esta característica ha sido especialmente relevante en Argelia, donde la diversidad étnica, cultural y lingüística ha requerido una aproximación legal que pueda respetar y acomodar estas diferencias.

Además, el *mālikī* se caracteriza por su énfasis en la racionalidad y la analogía en la interpretación legal. Los juristas *mālikīes* tienden a utilizar el razonamiento analógico. Esta capacidad de adaptación y flexibilidad interpretativa ha permitido al *mālikī* mantener su relevancia y vigencia a lo largo del tiempo.

A pesar de la complejidad inherente al estudio del *fiqh* y *ʿuṣūl al-fiqh*, es frecuente que en diversos ámbitos se recurra a una simplificación conceptual, refiriéndose de manera genérica al conjunto de principios, normas, métodos y jurisprudencia islámica como ley islámica o *sharīʿah*.

Esta simplificación, si bien puede resultar útil para propósitos divulgativos generales, puede acarrear limitaciones en la comprensión cabal del sistema legal y ético del islam. En efecto, el *fiqh* y el *ʿuṣūl al-fiqh* constituyen disciplinas jurídicas y hermenéuticas sofisticadas que requieren un profundo análisis de las fuentes originales del islam, así como una apreciación matizada de la tradición jurídica islámica.

Al recurrir a un argot más amplio como ley islámica o *sharīʿah*, se corre el riesgo de obviar las sutilezas y matices inherentes a las diversas escuelas de pensamiento y jurisprudencia dentro del Islam, así como la trayectoria histórica y cultural del derecho islámico.

En adelante, en el transcurso de esta investigación, y en virtud de esa economía del lenguaje, se hará mención a la *sharīʿah* como sinónimo de ley islámica por razones de conveniencia y comprensión general. No obstante, se recomienda encarecidamente al lector tener presente las aclaraciones y distinciones que se han proporcionado anteriormente respecto a la complejidad y diversidad del Derecho islámico.

Es importante reconocer que el término *sharī'ah* abarca una amplia gama de principios, normas, métodos y jurisprudencia que conforman el sistema legal y ético del islam, y que su estudio requiere una comprensión matizada y detallada. De igual manera, es fundamental tener en cuenta las diferencias entre el *fiqh* y *'uṣūl al-fiqh*, así como las distintas escuelas de pensamiento y jurisprudencia que se circunscriben al islam.

3.2. Conceptos de proselitismo y libertad religiosa

En el contexto de la *sharī'ah*, es fundamental abordar los conceptos de proselitismo y libertad religiosa, ya que tienen implicaciones importantes en la vida de los creyentes musulmanes y en la forma en que se relacionan con las comunidades no musulmanas.

El proselitismo islámico, conocido también como *da'wah*, se refiere al acto de invitar a otras personas a abrazar la fe islámica.

El término *da'wah*, que se deriva de la raíz árabe *da'ā*, que significa llamar o invitar, representa un aspecto fundamental de la vida de los musulmanes y está arraigado en los principios del Corán y la *sunnah*. A través de la *da'wah*, los musulmanes buscan compartir los principios y enseñanzas del islam con otros individuos, con el objetivo de guiarlos hacia la fe y la práctica islámica. Esta práctica es inherente a todas las denominaciones islámicas, tanto sunitas como chiitas, y ha sido históricamente utilizada como un recurso para difundir y fortalecer la religión en diversas comunidades y contextos¹³.

En este contexto, es importante destacar que el proselitismo islámico no se limita a una sola corriente o denominación dentro del islam, sino que es practicado por todas las ramas y sectas, incluidas las comunidades sunitas y chiitas. Dentro de esta última, tanto los duodecimanos como los septimanos, así como los ismaelitas, han hecho históricamente uso de este recurso para difundir su fe y expandir su influencia en diferentes regiones del mundo islámico.

En este sentido, la *da'wah* ha desempeñado un papel significativo en la propagación y el desarrollo del islam a lo largo de la historia, permitiendo que la religión se difunda a nuevas comunidades y culturas. Además de ser una herramienta para la conversión religiosa, la *da'wah* también cumple funciones de educación, orientación espiritual y promoción de valores éticos y morales islámicos entre los creyentes y la sociedad en general.

¹³ BENSAID, Benaouda (2015), «Theoretical Analysis of Da'wah», en *In Service of God and Humanity: The Legacy of Shaykh Muhammad al-Ghazali*, pp. 48–94).

En el contexto de la *sharī'ah*, el proselitismo se considera una responsabilidad de los musulmanes, ya que se basa en el mandato del Corán de difundir el mensaje del islam. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la *sharī'ah* establece ciertas normas y principios éticos que rigen la práctica del proselitismo.

Por un lado, se enfatiza la importancia de la sinceridad y la moderación en la difusión del mensaje islámico, evitando la coerción o la imposición de creencias religiosas a otros. De acuerdo con la *sharī'ah*, la fe debe ser aceptada voluntariamente y no puede ser impuesta por la fuerza. Adicionalmente, se insta a los musulmanes a presentar el mensaje del islam de manera respetuosa y compasiva, mostrando un buen ejemplo a través de sus acciones y comportamiento¹⁴.

En cuanto a la libertad religiosa, la *sharī'ah* reconoce el principio de respeto por las creencias religiosas de los demás y garantiza la libertad de culto para las comunidades no musulmanas que viven en países musulmanes. Esto se deriva del concepto de *dhimmī*, que establece un estatus protegido para las minorías religiosas no musulmanas, como cristianos y judíos, en los estados islámicos.

Sin embargo, en el contexto específico de la enseñanza de la educación religiosa no islámica en países de mayoría musulmana, la *sharī'ah* adquiere una relevancia singular. La coexistencia de sistemas legales y educativos basados en principios no islámicos plantea desafíos tanto teóricos como prácticos en lo que respecta a la preservación de la identidad religiosa y cultural de la comunidad musulmana, al tiempo que se fomenta el respeto por la diversidad y la convivencia pacífica.

En este sentido, la interpretación de la *sharī'ah* en relación con la educación religiosa no islámica puede variar considerablemente dependiendo del contexto político, social y cultural de cada país musulmán. Mientras algunos pueden adoptar un enfoque de apertura y diálogo interreligioso, otros pueden optar por políticas más restrictivas en aras de preservar la integridad de su identidad islámica.

3.3. Perspectivas históricas sobre la enseñanza religiosa en el mundo musulmán

Durante el siglo XIX, la llegada del cristianismo a Argelia, tras la conquista francesa, tuvo un profundo impacto en la vida religiosa y social del país. El establecimiento de la diócesis de Argel en 1838 marcó el inicio de la expansión de las actividades de la Iglesia Católica en la región. Los misioneros católicos desempeñaron un papel

¹⁴ AMIN, Hussein Ahmad (2018), «Political and Social Roots of Islamic Sects», en *The Sorrowful Muslim's Guide*, pp. 145-158.

destacado en la difusión del cristianismo entre la población argelina, mediante la realización de obras de caridad, la fundación de escuelas y la evangelización.

Inicialmente, se impuso una prohibición al proselitismo activo entre la población musulmana. Sin embargo, con el tiempo, esta restricción se flexibilizó, permitiendo cierto grado de evangelización entre los musulmanes. A pesar de esta flexibilización, las conversiones al cristianismo fueron escasas en esta etapa inicial, debido a diversos factores, como la arraigada identidad religiosa de la población musulmana y las tensiones políticas y culturales derivadas de la colonización francesa.

Este período histórico estuvo marcado por un intenso debate y conflicto sobre la presencia y la influencia del cristianismo en Argelia, así como sobre la relación entre las comunidades religiosas dentro del país. La llegada del cristianismo trajo consigo cambios significativos en la estructura religiosa y social de Argelia, que continuaron teniendo repercusiones en el siglo xx y más allá.

En el siglo xx, la presencia de la Iglesia Católica en Argelia se mantuvo, aunque con un enfoque más moderado y adaptado al contexto político y social del país. La fundación de los Padres Blancos en el siglo anterior, durante 1868, y las Hermanas Blancas, en 1869, fueron hitos importantes que proporcionaron a la Iglesia nuevos recursos para su labor entre la población musulmana de Argelia. Estas órdenes religiosas desempeñaron un papel significativo en la prestación de servicios educativos, asistencia médica y obras de caridad en todo el país.

Asimismo, la vocación y el ejemplo del Padre de Foucauld inspiraron la creación de nuevas órdenes religiosas, como los Hermanitos de Foucauld y las Hermanitas, que también contribuyeron al trabajo misionero y social de la Iglesia Católica en Argelia. Estas órdenes religiosas se enfocaron en servir a las comunidades más necesitadas y marginadas de la sociedad argelina, brindando apoyo espiritual, educativo y social en un período de profundos cambios y desafíos para el país.

A lo largo del siglo xx, la Iglesia Católica en Argelia enfrentó una serie de desafíos y transformaciones, incluyendo el proceso de descolonización, la independencia de Argelia en 1962 y el establecimiento de un nuevo orden político y social en el país. A pesar de estos cambios, la Iglesia Católica continuó su labor pastoral y social en Argelia, adaptándose a las nuevas realidades y desafíos del país mientras buscaba mantener su compromiso con los valores evangélicos de amor, justicia y solidaridad.

Tras la independencia de Argelia en 1962, la Iglesia Católica se enfrentó a nuevos desafíos en un contexto político y social transformado. El gobierno argelino adoptó medidas que afectaron directamente a la presencia y actividad de la Iglesia en el país, incluyendo el cierre o

transformación de muchas iglesias. Este escenario obligó a los religiosos católicos a reconsiderar su papel y función en la sociedad argelina en evolución.

A pesar de los obstáculos, la Iglesia Católica optó por no retirarse por completo, sino más bien por adaptarse y buscar nuevas formas de compromiso con la sociedad argelina. Una de las estrategias adoptadas fue el involucramiento activo en el diálogo interreligioso, especialmente con la comunidad musulmana predominante en el país. Este diálogo se centró en promover la comprensión mutua, el respeto religioso y la convivencia pacífica entre las diferentes comunidades religiosas en Argelia.

Destacados líderes religiosos católicos, como Monseñor Claverie, Claude Rault y Christian de Chergé, jugaron un papel clave en este proceso, comprometiéndose activamente con el diálogo interreligioso y la construcción de puentes de entendimiento entre cristianos y musulmanes en Argelia. Su labor y compromiso contribuyeron significativamente a fomentar la reconciliación y el entendimiento entre las comunidades religiosas en un momento de tensiones políticas y sociales en el país.

3.4. Análisis del artículo 18 del Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos

El artículo 18 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, un documento emblemático en el ámbito de los derechos humanos, consagra el derecho fundamental a la libertad de pensamiento, conciencia y religión. En su articulado, se plantea una protección integral de este derecho, reconociendo la libertad individual para profesar y practicar la religión de elección, así como para manifestar estas convicciones tanto en la esfera privada como en la pública.

En el contexto específico de la educación religiosa, el artículo 18 adopta un enfoque que refleja una perspectiva tanto individual como colectiva. Reconoce la libertad de los padres y tutores legales para asegurar que sus hijos reciban una educación religiosa y moral acorde con sus propias convicciones. Este compromiso estatal con la protección de la libertad parental en materia educativa resalta la importancia de la diversidad de perspectivas religiosas en la esfera pública y privada.

El derecho a la enseñanza religiosa, tal como se refleja en el artículo 18 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, no se limita únicamente al ámbito de la infancia y la tutela parental. De hecho, se extiende a los adultos, quienes también tienen el derecho de buscar información y conocimiento sobre diferentes religiones en el contexto de su libertad de creencias.

Este derecho se fundamenta en la premisa de que los individuos tienen la facultad de explorar y comprender diversas creencias religiosas y filosóficas para tomar decisiones informadas sobre sus propias convicciones espirituales y morales. Así, el reconocimiento de la libertad de los padres para elegir la educación religiosa de sus hijos refleja un principio más amplio de autonomía y libertad individual en la esfera religiosa.

Los adultos, al igual que los niños, tienen derecho a recibir una educación religiosa que respete sus propias convicciones y les permita explorar y comprender otras tradiciones religiosas. Esto implica el acceso a recursos educativos y espacios de diálogo interreligioso que promuevan el entendimiento mutuo y la tolerancia hacia las diferentes creencias.

En una sociedad pluralista y diversa, donde coexisten múltiples religiones y filosofías de vida, el derecho a la enseñanza religiosa para adultos adquiere una importancia aún mayor. Este derecho facilita el diálogo intercultural y religioso, contribuyendo a la construcción de una convivencia pacífica y respetuosa entre personas de diferentes trasfondos religiosos y culturales.

Por tanto, el artículo 18 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos no solo protege el derecho de los padres a elegir la educación religiosa de sus hijos, sino que también reconoce el derecho de los adultos a buscar información y conocimiento sobre diferentes religiones en el ejercicio de su libertad de creencias y conciencia.

El reconocimiento de la educación religiosa como un derecho fundamental encuentra fundamentos en la riqueza de la experiencia humana y cultural. Al proporcionar a los individuos un conocimiento más profundo de las diferentes tradiciones religiosas y éticas, se promueve la tolerancia, el entendimiento mutuo y la coexistencia pacífica en sociedades diversas y pluralistas.

Desde una perspectiva más amplia, la educación religiosa desempeña un papel esencial en la promoción de valores de justicia, equidad y respeto por los derechos humanos. A través del diálogo interreligioso y la reflexión ética, se fomenta un sentido de responsabilidad social y ciudadanía activa en el marco de una convivencia armoniosa y respetuosa de la pluralidad religiosa y cultural.

Por ende, el artículo 18 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos no solo reconoce la libertad de religión como un derecho individual, sino que también subraya la importancia de la educación religiosa como un componente esencial para la promoción de la libertad religiosa y la cohesión social en comunidades diversas.

La adhesión de Argelia al Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos, formalizada en 1968 con la ratificación en 1989,

constituye un acto jurídico y político de gran importancia que refleja el compromiso del país con los principios fundamentales de los derechos humanos a nivel internacional. En este contexto, la relevancia de esta ratificación radica en diversos aspectos de carácter legal, normativo y moral.

La ratificación del Pacto Internacional por los Derechos Civiles y Políticos por parte de Argelia trae consigo una serie de implicaciones tanto a nivel nacional como internacional, que van más allá del mero acto formal de adhesión. Desde una perspectiva legal, este acto implica un compromiso vinculante con un conjunto de normas y principios fundamentales en el ámbito internacional de los derechos humanos. Al ratificar el pacto, Argelia acepta y asume obligaciones específicas en relación con los derechos civiles y políticos, incluyendo la libertad religiosa, las cuales deben ser respetadas, protegidas y garantizadas por el Estado.

Más aún, la ratificación del pacto no solo constituye un acto formal, sino que también representa un paso significativo hacia una sociedad más justa y democrática en Argelia. Al aceptar estas obligaciones específicas, el país se compromete a respetar y proteger la diversidad religiosa y a garantizar que todas las personas puedan ejercer su derecho a la libertad religiosa en igualdad de condiciones. Este compromiso refleja el reconocimiento por parte del Estado de la importancia de la libertad religiosa como un pilar fundamental de una sociedad democrática y pluralista.

En esta misma línea, la ratificación del pacto también envía una señal clara a la comunidad internacional sobre la voluntad de Argelia de cumplir con los estándares internacionales de derechos humanos. Al comprometerse públicamente a respetar y proteger los derechos civiles y políticos, incluida la libertad religiosa, el país refuerza su posición como miembro comprometido con la comunidad internacional y fortalece su reputación como defensor de los derechos humanos a nivel global.

Este compromiso legal tiene consecuencias directas en la formulación de políticas y la promulgación de leyes a nivel interno. La ratificación del pacto establece un marco normativo que orienta la actuación del Estado en materia de derechos humanos, incluyendo aquellos relacionados con la libertad religiosa. En este sentido, el gobierno argelino está obligado a adecuar su legislación interna para garantizar la plena realización de los derechos consagrados en el pacto, adoptando medidas efectivas para proteger la libertad de religión y de conciencia en el país.

Por otro lado, el respeto y la adhesión al contenido del pacto y a las resoluciones internacionales son fundamentales para fortalecer la legitimidad y la credibilidad del Estado en el ámbito internacional.

Argelia, al ratificar el pacto, se compromete públicamente a cumplir con los estándares internacionales de derechos humanos, lo cual implica un reconocimiento de la autoridad y la relevancia de las normas internacionales en esta materia. En consecuencia, el país está sujeto a escrutinio por parte de la comunidad internacional y puede ser evaluado por su cumplimiento de las obligaciones establecidas en el pacto y otras resoluciones internacionales en materia de derechos humanos.

Adicionalmente, el respeto y la protección de la libertad religiosa no solo son obligaciones legales internacionales, sino también principios fundamentales de la dignidad humana y la igualdad de todos los individuos. En este sentido, el compromiso de Argelia con la libertad religiosa tiene implicaciones morales y éticas que trascienden el ámbito jurídico, reflejando su compromiso con los valores universales de los derechos humanos y su reconocimiento de la importancia de garantizar la plena realización de este derecho para construir una sociedad justa, inclusiva y respetuosa de la diversidad religiosa y cultural. En última instancia, el respeto y la adhesión al contenido del pacto y a las resoluciones internacionales son esenciales para avanzar hacia una sociedad basada en el respeto mutuo, la tolerancia y la paz.

Por ello, la ratificación del pacto tiene implicaciones significativas en el ámbito nacional, donde sirve como un referente importante para la acción gubernamental en materia de derechos humanos. Proporciona una base sólida para la adopción de medidas destinadas a proteger y promover la libertad religiosa dentro del país. Asimismo, el pacto establece un mecanismo de rendición de cuentas a nivel internacional, donde el gobierno argelino puede ser evaluado por su cumplimiento de las obligaciones establecidas en el pacto.

En un contexto más amplio, la adhesión de Argelia al pacto la integra en la comunidad internacional de naciones comprometidas con los derechos humanos. Este compromiso no solo facilita la cooperación y el intercambio de experiencias con otros países, sino que también refleja el reconocimiento de la importancia de los derechos humanos como valores universales que trascienden las fronteras nacionales y culturales.

3.5. Legislación argelina, constitución, leyes y pactos internacionales

La legislación argelina, en particular su Constitución y leyes civiles, refleja la influencia del islam en la sociedad y el sistema legal del país. Argelia, como nación de mayoría musulmana, ha establecido en su Constitución que el islam es la religión oficial del Estado, lo que significa que el islam tiene un papel central en la vida pública y en la formación de políticas en el país. Esta disposición constitucional su-

braya la importancia del islam en la identidad nacional argelina y en la estructura del Estado.

Además, la legislación civil argelina ha incorporado explícitamente la *sharī'ah* como fuente subsidiaria del derecho, lo que se refleja en el artículo 222 del Código de Familia, modificado en 2005. Este artículo reconoce la *sharī'ah* como una fuente complementaria del derecho familiar en Argelia, lo que implica que los principios y normas islámicos pueden influir en la legislación relacionada con el matrimonio, el divorcio, la herencia y otros asuntos familiares.

La inclusión de la *sharī'ah* como fuente subsidiaria del derecho en la legislación civil argelina tiene implicaciones importantes para la vida de los ciudadanos y la Administración de Justicia en el país. Por un lado, refleja el compromiso del Estado argelino con los valores y principios islámicos en la legislación familiar, reconociendo la importancia de la religión en la vida de los ciudadanos musulmanes. Por otro lado, plantea desafíos en términos de reconciliar las normas y principios islámicos con los valores y estándares modernos de justicia y equidad.

Esta inclusión de la *sharī'ah* en la legislación civil también refleja la diversidad y complejidad del sistema legal argelino, que incorpora múltiples fuentes de Derecho, incluidas las normas islámicas, el derecho civil francés y las costumbres locales. Esta amalgama de influencias legales y culturales refleja la rica historia y herencia de Argelia, así como los desafíos y tensiones inherentes a la construcción de un sistema legal que sea al mismo tiempo fiel a las tradiciones islámicas y sensible a las necesidades y aspiraciones de una sociedad en constante evolución.

3.6. Análisis del informe del Departamento de Estado de EE.UU. sobre la libertad religiosa en Argelia

El informe del Departamento de Estado de EE.UU. subraya la presión internacional ejercida sobre Argelia en lo que respecta a la libertad religiosa, un aspecto crucial dentro del panorama de los derechos humanos en el país. Se hace mención específica a una resolución emitida por el Parlamento Europeo, la cual insta a las autoridades argelinas a poner fin a las violaciones de la libertad de culto que enfrentan diversas minorías religiosas en Argelia. Este llamado resalta la preocupación de la comunidad internacional por la situación de la libertad religiosa en el país norteafricano y constituye una manifestación clara de solidaridad con las minorías religiosas que enfrentan obstáculos en la práctica de su fe.

En este contexto, la resolución del Parlamento Europeo también hace hincapié en la importancia de que Argelia cumpla con sus com-

promisos internacionales en materia de derechos humanos. Se destaca específicamente el hecho de que Argelia ha firmado y ratificado el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, un tratado que garantiza el derecho a la libertad de pensamiento, conciencia y religión. Este tratado internacional establece estándares vinculantes para el respeto y la protección de estos derechos fundamentales, lo cual refuerza el llamado de la comunidad internacional a que Argelia cumpla con sus obligaciones en este ámbito.

La referencia al Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos reviste una importancia significativa en este contexto, ya que subraya la relevancia de los compromisos internacionales adquiridos en la promoción y protección de la libertad religiosa. Al ratificar este tratado, Argelia se compromete a respetar y proteger este derecho fundamental, lo cual implica tomar medidas concretas para garantizar que todas las personas puedan ejercer su libertad de religión en condiciones de igualdad y sin discriminación. En este sentido, la presión internacional ejercida sobre Argelia en relación con la libertad religiosa está respaldada por un marco legal internacional sólido, que refuerza la exigencia de que el país cumpla con sus obligaciones en este ámbito y respete los derechos de todas las personas, independientemente de su afiliación religiosa.

El informe del Departamento de Estado de EE.UU. resalta la iniciativa proactiva de la embajada estadounidense en Argelia en la promoción y fomento de la tolerancia religiosa y el respeto interconfesional. Las actividades emprendidas por la embajada abarcan un amplio espectro de esfuerzos, desde eventos especiales hasta programas en redes sociales, todos diseñados con el objetivo común de promover la diversidad y la inclusión en el ámbito religioso del país.

El enfoque particular en la diversidad y la inclusión refleja la comprensión de que la convivencia pacífica y armoniosa entre diferentes comunidades religiosas es esencial para el desarrollo de una sociedad pluralista y democrática. Las actividades llevadas a cabo por la embajada, tales como programas con oradores y eventos especiales, proporcionan plataformas para el intercambio de ideas y experiencias entre personas de diferentes credos, fomentando así un diálogo constructivo y el entendimiento mutuo.

La celebración de iftares durante el Ramadán con miembros de diversas comunidades religiosas es un ejemplo concreto de cómo se promueve la interacción y la solidaridad entre personas de diferentes orígenes religiosos. Este gesto no solo fortalece los lazos comunitarios, sino que también envía un mensaje poderoso de inclusión y respeto hacia todas las religiones practicadas en el país.

En este contexto, las actividades de promoción y sensibilización realizadas por la embajada de EE.UU. en Argelia son un componente integral de los esfuerzos más amplios para fomentar una cultura de respeto y convivencia interreligiosa en el país. Estas iniciativas no solo contribuyen a la construcción de una sociedad más inclusiva y tolerante, sino que también refuerzan los valores fundamentales de los derechos humanos y la dignidad de todas las personas, independientemente de su afiliación religiosa.

El informe del Departamento de Estado de EE.UU. culmina resaltando un acontecimiento significativo: la inclusión de Argelia en la Lista de Observación Especial, una designación otorgada por el Departamento de Estado que señala la preocupación por la situación de la libertad religiosa en un país específico. Este hecho, que tuvo lugar el 30 de noviembre de 2022, pone de relieve la gravedad de las violaciones de la libertad religiosa que han sido observadas o toleradas por parte de las autoridades argelinas.

La inclusión de Argelia en esta lista conlleva implicaciones importantes tanto a nivel nacional como internacional. En primer lugar, esta designación supone un llamado de atención a las autoridades argelinas, señalando la necesidad urgente de abordar y rectificar las violaciones de la libertad religiosa dentro del país. Además, esta acción del Departamento de Estado estadounidense subraya el compromiso de Estados Unidos con la defensa de los derechos humanos y la libertad religiosa en todo el mundo, al tiempo que envía un mensaje claro sobre la importancia de la protección de estos derechos fundamentales.

A nivel internacional, la inclusión de Argelia en la Lista de Observación Especial puede tener repercusiones significativas en términos de relaciones diplomáticas y presión política. Este hecho puede intensificar la atención de la comunidad internacional sobre la situación de la libertad religiosa en Argelia y generar llamamientos adicionales para que el gobierno argelino tome medidas concretas para mejorar esta situación y cumplir con sus obligaciones internacionales en materia de derechos humanos.

A la postre, la inclusión de Argelia en la Lista de Observación Especial del Departamento de Estado de EE.UU. representa un paso importante en el reconocimiento y la denuncia de las violaciones de la libertad religiosa en el país. Este hecho destaca la necesidad de abordar estas preocupaciones de manera urgente y efectiva, tanto a nivel nacional como internacional, y subraya la importancia de proteger y promover la libertad religiosa como un derecho humano fundamental en todo el mundo.

3.7. Análisis del caso Rachid Seighir

En la encrucijada entre la libertad individual y la autoridad estatal, se ha trazado un panorama de inquietud en Argelia en lo que concierne a la práctica de religiones distintas al islam. Un análisis minucioso revela una serie de eventos que arrojan luz sobre restricciones significativas impuestas sobre individuos que profesan credos religiosos diversos dentro del país norteafricano. Estos eventos, que se han registrado a lo largo de un período de tiempo determinado, ofrecen una ventana hacia un debate profundamente arraigado en cuestiones de derechos humanos, libertad religiosa y la intersección entre la esfera pública y las creencias personales.

Entre estos eventos se encuentran casos documentados de individuos enfrentando juicios o condenas debido a su participación en cultos distintos al islam o por expresiones consideradas como insultos a esta religión predominante en Argelia. Estos incidentes, lejos de ser aislados, sugieren un patrón que plantea preguntas críticas sobre el estado de los derechos humanos y las libertades fundamentales en el país. En un contexto donde la religión desempeña un papel central en la identidad individual y colectiva, estas restricciones plantean desafíos significativos para la coexistencia pacífica y la diversidad cultural y religiosa en Argelia.

Tal el caso de Rachid Seighir y Nouah Hamimi, quienes enfrentaron cargos debido a material que se encontraba en su librería. El caso de Rachid Seighir y Nouah Hamimi, quienes fueron procesados legalmente debido al contenido encontrado en la librería que operaban, arroja luz sobre un escenario complejo y delicado en relación con la libertad religiosa y los derechos individuales en Argelia. La multa impuesta a cada uno de 200 000 DZD (aproximadamente 1 500 dólares) y la sentencia de un año de prisión son medidas que resaltan la severidad de las acciones legales tomadas contra ellos.

Rachid Seighir, líder religioso que dirige una iglesia en la ciudad de Orán, es también propietario de una librería y papelería, donde Nouah Hamimi desempeñaba el rol de vendedor. La presencia de material cristiano, biblias e impresoras en la librería, descubierta durante una redada policial en 2017, desencadenó las acciones legales en su contra.

La actuación legal adoptada contra Seighir y Hamimi suscita interrogantes respecto a la observancia y protección de la libertad religiosa en Argelia, consonante con sus obligaciones internacionales. La detección de material religioso cristiano, incluyendo biblias e impresoras, en la librería de los acusados y las medidas legales subsiguientes plantean cuestionamientos acerca de la coherencia entre las prácticas domésticas y los compromisos externos del país en materia de derechos humanos.

La imposición de una multa cuantiosa y una sentencia de prisión subraya la severidad de las medidas dispuestas contra Seighir y Hamimi, lo cual genera inquietudes acerca de la proporcionalidad de la respuesta estatal frente a la supuesta infracción. Este rigor puede ser interpretado como una manifestación de la aplicación rigurosa de la ley, aunque también suscita preocupaciones sobre la eventual arbitrariedad o la insuficiencia de garantías procesales adecuadas en el sistema judicial argelino.

Asimismo, la naturaleza de las pruebas presentadas durante el juicio y la transparencia del proceso legal constituyen aspectos que requieren una evaluación meticulosa en consonancia con los estándares internacionales de derechos humanos. El aseguramiento de un juicio justo y la protección de los derechos legales de los acusados son preceptos fundamentales consagrados en los instrumentos internacionales de derechos humanos, los cuales deben ser respetados por todos los estados parte, incluido Argelia.

Estos acontecimientos delinean un patrón coherente de restricciones a la libertad religiosa en Argelia, donde los individuos enfrentan consecuencias legales por practicar o expresar creencias religiosas diferentes al islam. Estas acciones evidencian un clima restrictivo para la diversidad religiosa en el país y generan inquietudes acerca del respeto a los derechos humanos y las libertades fundamentales en Argelia. La aplicación de tales medidas podría tener un impacto significativo en la cohesión social y en la libertad de expresión y conciencia dentro de la sociedad argelina.

4. CONCLUSIONES

En conclusión, el análisis exhaustivo de la enseñanza de religiones no islámicas en entornos musulmanes, como en el caso de Argelia, revela una complejidad significativa que requiere una consideración cuidadosa. La inclusión de la *sharī'ah* como fuente subsidiaria del derecho en la legislación civil argelina añade una capa adicional de complejidad a la dinámica educativa y legal del país.

Los desafíos que enfrentan educadores, estudiantes y comunidades al enseñar y practicar religiones no islámicas reflejan las tensiones entre la preservación de la identidad islámica nacional y el respeto a la libertad religiosa individual. La interacción entre la *sharī'ah* y las normas internacionales de derechos humanos plantea interrogantes sobre cómo conciliar las tradiciones legales islámicas con los estándares universales de igualdad y dignidad humana.

Es esencial reconocer que la diversidad religiosa en un país como Argelia, donde la *sharī'ah* influye en la legislación civil, requiere un

enfoque equilibrado que respete tanto la herencia islámica como los derechos individuales de libertad religiosa. La complejidad de esta interacción legal y cultural subraya la importancia de promover el diálogo interreligioso, la comprensión mutua y el respeto por la diversidad como pilares fundamentales de una sociedad inclusiva y respetuosa de los derechos humanos.

5. REFERENCIAS

- U.S. DEPARTMENT OF STATE, (2022), *2022 Report on International Religious Freedom: Algeria*. Informe disponible online en: <https://www.state.gov/reports/2022-report-on-international-religious-freedom/algeria/#:~:text=The%20law%20grants%20all%20individuals,non%2DMuslims%20is%20a%20crime> (accedido el 21 de abril de 2024).
- RIDGEON, Lloyd (2021), «Sharia, Fiqh, and the New Religious Thinkers», en *Hijab: Three Modern Iranian Seminarian Perspectives*, pp. 19–66.
- HANNON, Patrick (2008), «Sharia?», en *The Furrow*, 59 (5), pp. 259–263.
- McMILLEN, Michael J.T. (2008), «Islamic Law Forum», en *The International Lawyer*, 42 (2), pp. 1017–1032.
- HALLAQ, Wael B. (1992), «Usul al-Fiqh: Beyond Tradition», en *Journal of Islamic Studies*, 3 (2), pp. 172–202.
- BERNARD, Marie (1992). «Les uṣūl al-fiqh de l'époque classique status quaestionis», en *Arabica*, 39 (3), pp. 273–286.
- MASUD, Muhammad Khan (2005), «Teaching of Islamic Law and Sharī'ah: A Critical Evaluation of the Present and Prospects for the Future», en *Islamic Studies*, 44(2), pp. 165–189.
- KAMALI, Mohammed Hashim (2006), «Legal Maxims and Other Genres of Literature in Islamic Jurisprudence», en *Arab Law Quarterly*, 20 (1), pp. 77–101.
- HASAN, Ahmad (2000), «Sunnah as a Source of Fiqh», en *Islamic Studies*, 39 (1), pp. 3–53.
- KAMALI, Mohammad Hashim (1996), «Methodological Issues in Islamic Jurisprudence», en *Arab Law Quarterly*, 11 (1), pp. 3–33.
- ANSARI, Zafar Ishaq (2016), «The Early Development of Islamic Fiqh in Kūfah with Special Reference to the Works of Abū Yūsuf and Shaybānī [II]: Chapter Two: The Early Phase: Fiqh Before Abū Ḥanīfah», en *Islamic Studies*, 55 (3/4), pp. 301–336.
- AL-ALWANI, Shaykh Taha Jabir (2005), «The Crisis in Fiqh and the Methodology of Ijtihad», en *Issues in Contemporary Islamic Thought*, pp. 108–128.
- BENSAID, Benaouda (2015), «Theoretical Analysis of Da'wah», en *In Service of God and Humanity: The Legacy of Shaykh Muhammad al-Ghazali*, pp. 48–94).
- AMIN, Hussein Ahmad (2018), «Political and Social Roots of Islamic Sects», en *The Sorrowful Muslim's Guide*, pp. 145–158.

EL SILENCIO ADMINISTRATIVO COMO GARANTÍA FUNCIONAL

Alejandro VILLANUEVA TURNES
Universidad de Santiago de Compostela

1. INTRODUCCIÓN

Dentro del ordenamiento jurídico español, la Administración Pública cumple con una finalidad constitucionalmente establecida en el artículo 103.1 de la Constitución Española de 1978. En atención a dicho precepto, la Administración sirve a los intereses generales y además se guía en su actuación por una serie de principios como son el de eficacia, el de jerarquía, el de descentralización, el de desconcentración y el de coordinación, sabiendo que, a su vez, está sometida a lo dispuesto en el ordenamiento jurídico.

Pues bien, resulta evidente que la Constitución da un papel relevante a las Administraciones públicas. Esto no es de extrañar si se tiene en cuenta la incidencia de esta en la vida de las personas, las cuales acuden a la Administración por diversas causas, bien sea en temas relacionados con autorizaciones, concesiones, certificaciones o por haber sufrido una ablación entre otras cuestiones.

Precisamente sobre ello es de lo que hablaremos en el presente estudio. Partimos de la necesidad de hacer trámites con la Administración, lo cual es irremediable en el tiempo, pues bien, lo que pretendemos en las páginas siguientes consiste en abordar un aspecto muy concreto de la incidencia de la Administración respecto de la ciudadanía que es lo que se puede denominar como garantía funcional de la actuación administrativa: el silencio administrativo.

Para lograr este objetivo analizaremos la conocida obligación de resolver los procedimientos administrativos por parte de las Administraciones y las consecuencias que se producen si esto no se lleva a término.

Así llevaremos a cabo un trabajo de investigación mediante el análisis de la legislación, la jurisprudencia y la doctrina para poder abordar las principales cuestiones problemáticas e intentar ofrecer soluciones sobre las mismas.

2. EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

El punto de partida en el presente trabajo es abordar el procedimiento administrativo. El procedimiento administrativo es la forma en la cual la Administración Pública realiza su actividad. En este sentido aparece conceptualizado indirectamente¹ en la exposición de Motivos de su norma reguladora, que es la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común. En dicha parte de la Ley se especifica que el procedimiento sería «el conjunto ordenado de trámites y actuaciones formalmente realizadas, según el cauce legalmente previsto, para dictar un acto administrativo o expresar la voluntad de la Administración».

Esta norma que acabamos de mencionar supone el cumplimiento de la competencia estatal establecida en el artículo 149.1.18 de la Constitución que establece que será competencia exclusiva del Estado:

Las bases del régimen jurídico de las Administraciones públicas y del régimen estatutario de sus funcionarios que, en todo caso, garantizarán a los administrados un tratamiento común ante ellas; el procedimiento administrativo común, sin perjuicio de las especialidades derivadas de la organización propia de las Comunidades Autónomas; legislación sobre expropiación forzosa; legislación básica sobre contratos y concesiones administrativas y el sistema de responsabilidad de todas las Administraciones públicas.

Por tanto, le corresponde al Estado esa regulación del procedimiento administrativo común. El Tribunal Constitucional se ha pronunciado en diversas ocasiones sobre el alcance de dicha competencia y lo que implica, desgranando lo que se ha querido decir con la adjetivación de común que se le hace al procedimiento administrativo. Esto lo ha hecho en distintas resoluciones entre las que citamos la siguiente por ser la más reciente pero dejando constancia que se trata de una reiteración de otras muchas. Las palabras del Tribunal han sido las que siguen:

¹ Decimos que aparece indirectamente por se añade entre medias de otras cuestiones como una aclaración.

«...Ahora bien, hemos indicado que el adjetivo común, referido al procedimiento administrativo “que la Constitución utiliza lleva a entender que lo que el precepto constitucional ha querido reservar en exclusiva al Estado es la determinación de los principios o normas que, por un lado, definen la estructura general del *iter procedimental* que ha de seguirse para la realización de la actividad jurídica de la Administración y, por otro, prescriben la forma de elaboración, los requisitos de validez y eficacia, los modos de revisión y los medios de ejecución de los actos administrativos, incluyendo señaladamente las garantías generales de los particulares en el seno del procedimiento...”» (Sentencia del Tribunal Constitucional 104/2018, de 4 de octubre, Fundamento Jurídico 4).

3. OBLIGACIÓN DE RESOLVER²

Dicho lo anterior, nos encontramos con que la Administración Pública tiene lo que se conoce como la obligación de resolver los procedimientos. Ello se estipula claramente en el artículo 21 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre³.

² Lo que haremos en este epígrafe y el siguiente es seguir lo dispuesto en la normativa de aplicación, que es el documento básico que debe ser tenido en consideración para la explicación que pretendemos hacer aquí, por lo que nos centraremos en los aspectos clave de la normativa.

³ «Artículo 21. Obligación de resolver.

1. La Administración está obligada a dictar resolución expresa y a notificarla en todos los procedimientos cualquiera que sea su forma de iniciación.

En los casos de prescripción, renuncia del derecho, caducidad del procedimiento o desistimiento de la solicitud, así como de desaparición sobrevenida del objeto del procedimiento, la resolución consistirá en la declaración de la circunstancia que concurra en cada caso, con indicación de los hechos producidos y las normas aplicables.

Se exceptúan de la obligación a que se refiere el párrafo primero, los supuestos de terminación del procedimiento por pacto o convenio, así como los procedimientos relativos al ejercicio de derechos sometidos únicamente al deber de declaración responsable o comunicación a la Administración.

2. El plazo máximo en el que debe notificarse la resolución expresa será el fijado por la norma reguladora del correspondiente procedimiento.

Este plazo no podrá exceder de seis meses salvo que una norma con rango de Ley establezca uno mayor o así venga previsto en el Derecho de la Unión Europea.

3. Cuando las normas reguladoras de los procedimientos no fijen el plazo máximo, este será de tres meses. Este plazo y los previstos en el apartado anterior se contarán:

a) En los procedimientos iniciados de oficio, desde la fecha del acuerdo de iniciación.

b) En los iniciados a solicitud del interesado, desde la fecha en que la solicitud haya tenido entrada en el registro electrónico de la Administración u Organismo competente para su tramitación.

4. Las Administraciones públicas deben publicar y mantener actualizadas en el portal web, a efectos informativos, las relaciones de procedimientos de su competencia, con indicación de los plazos máximos de duración de los mismos, así como de los efectos que produzca el silencio administrativo.

En todo caso, las Administraciones públicas informarán a los interesados del plazo máximo establecido para la resolución de los procedimientos y para la notificación de los actos que les

De lo que se contempla en dicho precepto, nos encontramos con dos premisas esenciales:

— En primer lugar, la Administración debe resolver y notificar todos los procedimientos administrativos. Además, esta resolución debe ser, por imperativo legal, expresa. Esta es la obligación primigenia que hace la norma.

— En segundo lugar, esta obligación existe y está presente con independencia de la forma de inicio. Dicho de otra manera, resulta irrelevante de cara a dar cumplimiento a esto si el procedimiento es iniciado a solicitud de la persona interesada o de oficio, no siendo posible interpretar que, en un procedimiento de oficio, como es la propia Administración la que inicia, ello la exime de cumplir con la obligación de resolver.

Pues bien, con estas dos ideas, surge la gran cuestión: ¿Cuándo se entiende que la Administración Pública no cumple con esta obligación?. La respuesta a este interrogante resulta sencilla y nos la da el propio artículo 21 que estamos mencionando. En virtud del apartado segundo del artículo 21, nos encontramos que cada procedimiento administrativo debe resolverse y notificarse en el plazo que determine la norma reguladora del procedimiento, la cual tendrá un límite de fijación que se sitúa en 6 meses (a excepción de que normativa europea o con rango de Ley dispusiese lo contrario), y sabiendo que en aquel caso en el que la misma no diga nada este plazo será de 3 meses.

Pues bien, una vez que se cumple dicho plazo sin que se haya procedido a cumplir con el mandato de la norma, se entiende que hay un incumplimiento del deber de resolver de la Administración. Adelantamos una pregunta aquí que abordaremos más adelante: ¿Es factible una resolución extemporánea? Esta cuestión puede surgir fácilmente, pensando que la Administración puede resolver fuera de plazo, la respuesta

pongan término, así como de los efectos que pueda producir el silencio administrativo. Dicha mención se incluirá en la notificación o publicación del acuerdo de iniciación de oficio, o en la comunicación que se dirigirá al efecto al interesado dentro de los diez días siguientes a la recepción de la solicitud iniciadora del procedimiento en el registro electrónico de la Administración u Organismo competente para su tramitación. En este último caso, la comunicación indicará además la fecha en que la solicitud ha sido recibida por el órgano competente.

5. Cuando el número de las solicitudes formuladas o las personas afectadas pudieran suponer un incumplimiento del plazo máximo de resolución, el órgano competente para resolver, a propuesta razonada del órgano instructor, o el superior jerárquico del órgano competente para resolver, a propuesta de este, podrán habilitar los medios personales y materiales para cumplir con el despacho adecuado y en plazo.

6. El personal al servicio de las Administraciones públicas que tenga a su cargo el despacho de los asuntos, así como los titulares de los órganos administrativos competentes para instruir y resolver son directamente responsables, en el ámbito de sus competencias, del cumplimiento de la obligación legal de dictar resolución expresa en plazo.

El incumplimiento de dicha obligación dará lugar a la exigencia de responsabilidad disciplinaria, sin perjuicio de la que hubiere lugar de acuerdo con la normativa aplicable».

sencilla debe ser afirmativa. Sí que es posible una resolución fuera del límite de tiempo fijado, ahora bien, las consecuencias jurídicas que ella va a tener difieren en atención a como sea dicha resolución, pero esto se examinará como acabamos de decir, en páginas posteriores.

4. SILENCIO ADMINISTRATIVO

Lo que vamos a abordar en este epígrafe lo comenzamos ejemplificando desde una vertiente práctica exponiendo el siguiente supuesto:

Tenemos a una persona que está incurso en un procedimiento administrativo y que desde que se inició el procedimiento se han sucedido los meses, sobrepasando el límite fijado que la Administración tiene para resolver ese procedimiento concreto en su norma reguladora.

Partiendo de esta situación, resulta evidente que no es posible que se obligue a la persona interesada a estar esperando por una resolución que no ha llegado en tiempo y forma o, dicho de otra manera, a causa de un incumplimiento de la Administración. Es por ello que nos planteamos ¿Qué solución puede dársele?. La Ley contempla sin ningún problema esta situación y dota al ordenamiento jurídico administrativo de una figura que viene a solucionar el contencioso. Estamos hablando, como no podía ser de otro modo, del silencio administrativo.

El silencio administrativo tiene su regulación específica en el artículo 24 y 25 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Pero antes de adentrarnos en él, tenemos que facilitar un concepto de esta figura.

De forma simple, el silencio administrativo puede definirse como aquello que se produce ante una inactividad resolutoria de la Administración⁴. Garrido Falla indicó tempranamente, pero aun así estando la figura del silencio administrativo presente, que estamos ante un «hecho jurídico: un hecho al cual el Derecho concede consecuencias jurídicas»⁵.

Pues bien, si se decide establecer un silencio administrativo como algo útil, este tiene que tener un sentido, bien sea favorable o desfavorable, o lo que es lo mismo, debemos atribuirle un valor a esa falta de resolución por parte de la Administración.

Para determinar ese valor atribuible al silencio debemos examinar detenidamente la legislación de procedimiento administrativo. La norma básica del procedimiento hace una distinción entre procedimientos iniciados de oficio y aquellos que se inician a solicitud de la persona

⁴ Sobre su naturaleza puede consultarse un estudio tradicional en la materia: Antonio JIMÉNEZ BLANCO, (1986), pp. 121-163.

⁵ Fernando GARRIDO FALLA (1955), p. 86.

interesada y después realiza una clasificación de las pretensiones que en ellos se abordan, con la finalidad de determinar los efectos del silencio administrativo.

Pues bien, en aquellos procedimientos iniciados a solicitud de la persona interesada nos encontramos con una regla general, esta regla es la del silencio administrativo favorable. El Tribunal Supremo se ha referido en multitud de resoluciones a esta figura del silencio administrativo, y respecto del positivo, lo ha definido de la siguiente forma: «consiste normalmente en dar por otorgado lo solicitado y, por consiguiente, supone un mecanismo para favorecer al particular en el ejercicio de derechos y facultades que el ordenamiento le reconoce» (Sentencia del Tribunal Supremo de 19 de julio de 2023, número de recurso 7412/2021, Fundamento de Derecho 4).

Si bien esta es una regla general, la norma establece la existencia de unas excepciones. Estas excepciones vienen de la mano del siguiente listado que exponemos en atención a lo indicado en el artículo 24.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. Por tanto, están excepcionados de la regla general los siguientes supuestos:

- Que una norma con rango de Ley, comunitaria o internacional así lo establezca.
- Que se trate del ejercicio del derecho de petición constitucionalmente regulado en el artículo 29 de la Carta Magna.
- Que implique la transferencia de facultades relativas al dominio o servicio públicos.
- Que se puedan producir daños al medio ambiente⁶.
- Que sea responsabilidad patrimonial.
- Que se trate de impugnación de actos y disposiciones.
- Que se trate de revisiones⁷.

Pues bien, en estos casos, repetimos todos ellos siendo en procedimientos iniciados a solicitud de la persona interesada, llevarán consigo la consecuencia de que, en caso de no resolverse en plazo, se producirá un silencio desestimatorio o negativo.

Si atendemos a lo estipulado en el apartado tercero del artículo 24, cuando el silencio que se produzca tenga efectos positivos, ello equivale a un acto administrativo que pone fin al procedimiento, con todos los efectos que de ello se deriva. En cambio, cuando se trata de

⁶ Fernández Scagliusi ha señalado que este supuesto de silencio negativo debe tratarse con cautela, puesto que podrían entrar numerosos supuestos en el mismo sin que la norma haya especificado nada al respecto. María de los Ángeles Fernández Scagliusi (2015), p. 136.

⁷ Aquí debemos aclarar lo que se ha denominado como doble silencio administrativo en el recurso de alzada, lo cual viene especificado en el artículo 24.1 último párrafo. Básicamente se especifica que, ante el recurso en alzada de un silencio administrativo, el silencio que se pueda producir al no resolverse el recurso en plazo conllevaría no un silencio desestimatorio sino estimatorio.

un silencio que conlleve efectos negativos, ello implica que la persona interesada podrá interponer los recursos que considere oportunos para que se resuelvan sus pretensiones. Precisamente por ello no es de extrañar que a raíz de la legislación existente se haya entendido que cuando estamos ante un silencio favorable (positivo) estamos ante un acto presunto mientras que cuando nos encontramos ante un silencio desfavorable (negativo) sería una ficción legal⁸.

Además, indica el artículo 24.4 que de cara a hacer valer el silencio y que surta efectos, se podrá usar cualquier medio de prueba admitido en Derecho, incluyéndose un certificado del silencio que le corresponde expedir a la Administración de oficio, aunque pudiendo, en caso de que esto no suceda, solicitarlo la persona interesada.

En relación con lo que sucede con los procedimientos administrativos iniciados de oficio, aquí nos encontramos con la necesidad de acudir al artículo 25. Si atendemos a este precepto, los efectos de la falta de resolución en procedimientos iniciados de oficio van a depender de las consecuencias que se desprendan de dicho procedimiento de la siguiente forma:

— Los procedimientos con consecuencias favorables llevarán de la mano la existencia de un silencio administrativo negativo.

— Los procedimientos con consecuencias desfavorables o de gravamen como podría ser, nombrado específicamente por el artículo, un procedimiento administrativo sancionador, producirán la caducidad⁹.

De la primera, esto es, del silencio negativo o desfavorable, no tenemos dudas sobre sus consecuencias, ya que implica un rechazo de las pretensiones. De la caducidad, se especifica en la norma que producirá los efectos del artículo 95 del mismo cuerpo normativo y que debe ser tenido en cuenta¹⁰. Adviértase que entendemos que no todo el artículo

⁸ Vicente Álvarez García y Flor Arias Aparicio (2022), p. 161; Luis Cosculluela Montaner (2020), pp. 396-399.

⁹ Tal y como ha señalado Santamaría Pastor, esta caducidad también se la ha denominado como perención por parte de la doctrina. Juan Alfonso Santamaría Pastor (2018), p. 102.

Además, Cosculluela Montaner ha incluido esta caducidad como una modalidad de silencio, concretamente advierte que: «En estos supuestos, el silencio produce el efecto de caducidad del procedimiento en curso, obligando al órgano que la declare a ordenar el archivo de las actuaciones», Luis Cosculluela Montaner (2020), p. 400.

¹⁰ Artículo 95: «Artículo 95. Requisitos y efectos.

1. En los procedimientos iniciados a solicitud del interesado, cuando se produzca su paralización por causa imputable al mismo, la Administración le advertirá que, transcurridos tres meses, se producirá la caducidad del procedimiento. Consumido este plazo sin que el particular requerido realice las actividades necesarias para reanudar la tramitación, la Administración acordará el archivo de las actuaciones, notificándoselo al interesado. Contra la resolución que declare la caducidad procederán los recursos pertinentes.

2. No podrá acordarse la caducidad por la simple inactividad del interesado en la cumplimiento de trámites, siempre que no sean indispensables para dictar resolución. Dicha inactividad no tendrá otro efecto que la pérdida de su derecho al referido trámite.

95 resulta de aplicación en este caso, la doctrina ha determinado que, de los distintos apartados de este precepto, en virtud de un criterio lógico, debe tener como protagonista el punto 3¹¹. Carbonell Porras, al referenciar esta confrontación de preceptos advierte que la jurisprudencia del Tribunal Supremo (con mención a la Sentencia del Tribunal Supremo de 12 de julio de 2003) fija el criterio consistente en que, ante la caducidad, existe la posibilidad de volver a iniciar el procedimiento sancionador sino se ha producido la prescripción¹².

5. RESOLUCIÓN EXTEMPORÁNEA

Junto con lo que acabamos de resaltar de que la Administración tiene esa obligación de resolver y lo que sucede cuando se incumple esta obligación, nos toca plantearnos aquí qué sucede cuando cumple con ese deber, pero fuera de plazo, es decir, resuelve extemporáneamente, cuando ya se ha producido alguna de las consecuencias descritas en el epígrafe anterior (silencio o caducidad). Esto es lo que se denomina como resoluciones extemporáneas o tardías¹³.

Pues bien, aquí existen dos soluciones con carácter fundamental, y ambas nos las ofrece el propio ordenamiento en el artículo 24.3 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, en relación con los procedimientos iniciados a solicitud de la persona interesada. En atención a este precepto nos encontramos con que la validez de la resolución extemporánea dependerá de las consecuencias que haya tenido la falta de resolución.

La norma establece que, cuando el silencio administrativo ha sido positivo, la resolución extemporánea únicamente tiene una opción para ser válida, y es confirmar el sentido del silencio en cuestión.

En el caso de que el silencio haya sido negativo, aquí la resolución tardía puede confirmar el sentido del silencio o bien dictaminar lo contrario al mismo y pasar a ser una resolución favorable.

3. La caducidad no producirá por sí sola la prescripción de las acciones del particular o de la Administración, pero los procedimientos caducados no interrumpirán el plazo de prescripción.

En los casos en los que sea posible la iniciación de un nuevo procedimiento por no haberse producido la prescripción, podrán incorporarse a este los actos y trámites cuyo contenido se hubiera mantenido igual de no haberse producido la caducidad. En todo caso, en el nuevo procedimiento deberán cumplimentarse los trámites de alegaciones, proposición de prueba y audiencia al interesado.

4. Podrá no ser aplicable la caducidad en el supuesto de que la cuestión suscitada afecte al interés general, o fuera conveniente sustanciarla para su definición y esclarecimiento».

¹¹ Antonio Luis FAYA BARRIOS (2016), p. 246.

¹² Eloisa CARBONELL PORRAS (2017), p. 2358.

¹³ Un estudio que permite entender perfectamente esta figura y lo que puede llevar a su aparición es el siguiente que instamos a confrontar: José María REYES MONTERREAL (1975), pp. 267-315.

Respecto de los procedimientos iniciados de oficio, la legislación en su artículo 25 no hace mención a las resoluciones tardías. Desde nuestro punto de vista, sería factible que en el caso de un silencio negativo se aplique la misma regla que en el caso anterior, de tal manera que si se resolviese tardíamente se podría confirmar o modificar el sentido del silencio. Cosa distinta se produce en la caducidad. En este supuesto entendemos que el procedimiento ha finalizado debido a esa caducidad y no es posible resolverlo fuera de plazo, debiendo, si se quiere, iniciarlo otra vez (todo ello teniendo en cuenta si es factible hacerlo en atención a los plazos de que se traten, como afirmamos *ut supra*).

Aquí también nos gustaría hacer mención a un aspecto que ha puesto de manifiesto la doctrina¹⁴ y es el relativo al plazo de cara a acudir a la vía judicial en el caso de que se produzca un silencio administrativo. El problema reside en que el artículo 46 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso-administrativa dice:

El plazo para interponer el recurso contencioso-administrativo será de dos meses contados desde el día siguiente al de la publicación de la disposición impugnada o al de la notificación o publicación del acto que ponga fin a la vía administrativa, si fuera expreso. Si no lo fuera, el plazo será de seis meses y se contará, para el solicitante y otros posibles interesados, a partir del día siguiente a aquél en que, de acuerdo con su normativa específica, se produzca el acto presunto.

Con este precepto a la vista, nos encontramos con que estaríamos ante una limitación para recurrir en caso de silencio administrativo, limitación que se sitúa en un plazo para la interposición del recurso de 6 meses. Pues bien, tal y como ha señalado, Faya Barrios¹⁵, a quien seguimos aquí, la jurisprudencia del Tribunal Constitucional (por todas el autor centra la atención en la 52/2014, de 10 de abril) se ha pronunciado sobre esto de una forma muy interesante, puesto que el Tribunal hace hincapié en que el precepto de la Ley de la Jurisdicción alude a un acto presunto y que en la legislación del procedimiento administrativo un silencio negativo ya no es un acto presunto como en épocas pasadas, por lo que no se le aplicaría el plazo¹⁶.

6. CONCLUSIONES

Llegados a este punto es necesario concluir haciendo una breve reflexión final.

¹⁴ Antonio Luis FAYA BARRIOS (2016), 2016, pp. 242-243.

¹⁵ Antonio Luis FAYA BARRIOS (2016), pp. 242-244.

¹⁶ Es verdad que la Sentencia se dicta en relación a la legislación anterior a la del 2015, que era la Ley 30/1992, pero en este punto resulta igualmente aplicable.

El silencio administrativo es una garantía del funcionamiento del procedimiento administrativo común. Ante la inactividad de la administración en relación a la obligación de resolver dicho procedimiento, es necesario que opere este mecanismo para que la persona interesada pueda proceder, bien entendiendo concedido aquello que era objeto del procedimiento, o bien entendiéndolo rechazado y poder recurrir oportunamente por los cauces normativamente contemplados.

En todo caso, es una figura que, sin duda, es necesaria e incluso imprescindible dentro de un procedimiento administrativo que debe impulsar la Administración Pública, y es que no debe olvidarse que las Administraciones sirven a los intereses generales bajo una serie de principios y en cumplimiento de los mismos y de cara a garantizar una correcta labor para con la ciudadanía, debe contemplarse la posibilidad de atribuir los efectos de que se traten a una inactividad de la que la persona interesada no tenga culpa.

7. BIBLIOGRAFÍA.

- ÁLVAREZ GARCÍA, Vicente y ARIAS APARICIO, Flor (2022), *Lecciones elementales sobre el acto, el procedimiento y el control judicial de la actividad de la Administración*, Madrid, Iustel.
- CARBONELL PORRAS, Eloisa (2017), «Revisión de actos en vía administrativa», en GAMERO CASADO, Eduardo (dir.) y FERNÁNDEZ RAMOS, Severiano y VALERO TORRIJOS, Julián (coords.), *Tratado de procedimiento administrativo común y régimen jurídico básico del sector público*, Valencia, Tirant lo Blanch.
- COSCULLUELA MONTANER, Luis (2020), *Manual de Derecho Administrativo*, Thomson Reuters- Navarra, Civitas.
- FAYA BARRIOS, Antonio Luis (2016), «Artículo 24: silencio administrativo en procedimientos iniciados a solicitud del interesado», en RECUERDA GIRELA, Miguel Ángel (dir.), *Régimen jurídico del Sector Público y Procedimiento Administrativo Común*, Navarra, Thomson Reuters-Aranzadi.
- FAYA BARRIOS, Antonio Luis (2016), «Artículo 25: Falta de resolución expresa en procedimientos iniciados de oficio», en RECUERDA GIRELA, Miguel Ángel (dir.), *Régimen jurídico del Sector Público y Procedimiento Administrativo Común*, Navarra, Thomson Reuters-Aranzadi.
- FERNÁNDEZ SCAGLIUSI, María de los Ángeles (2015), «La reforma del procedimiento administrativo: la nueva Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones públicas», *Estudios de Deusto*, núm. 63.2.
- GARRIDO FALLA, Fernando (1955), «La llamada doctrina del silencio administrativo», *Revista de Administración Pública*, núm. 16.
- JIMÉNEZ BLANCO, Antonio (1986), «Silencio administrativo: un análisis de jurisprudencia», *Documentación Administrativa*, núm. 208.
- REYES MONTERREAL, José María (1975), «Las resoluciones administrativas tardías», *Revista de administración pública*, núm. 78.
- SANTAMARÍA PASTOR, Juan Alfonso (2018), *Principios de Derecho Administrativo General II*, Madrid, Iustel, Madrid.

