

REVISTA
**CIENCIAS
SOCIALES
Y EDUCATIVAS**

FONDO
EDITORIAL
UNEFM



LA CIENCIA DE **COMUNICAR**

UNA ACCIÓN INTERSUBJETIVA DEONTOLÓGICA
Y SU MEDIACIÓN DESDE LAS TIC

VOLUMEN
XXIV
EDICIÓN
ESPECIAL
AÑO 2026



RCSE

Revista Ciencias Sociales y Educativas Vol. XXIV, Nro. 1, Edición Especial, I Cohorte Doctorado Ciencias de la Comunicación, 2026

ISSN: 1690-7647

Depósito legal: pp200302FA1634

Indizada en REVENCYT bajo el nro. RVR043

Registro FONACIT bajo el nro. 2008000002

Indexada en LATINDEX bajo el folio nro. 14837

Código RNRC (ONCTI) 2RCSE247

rcseunefm@gmail.com

Centro de Investigaciones Sociales y Educativas

**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL “FRANCISCO DE MIRANDA”
VICERRECTORADO ACADÉMICO DECANATO DEL ÁREA DE
INVESTIGACIÓN
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIALES Y EDUCATIVAS**



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Dra. Juogreidin Cerero
Rectora

Dra. Lolynn Primera
Vicerrectora Académica

Licdo. José Ramírez
Vicerrector Administrativo

Esp. Migdanys González
Secretaria

Dr. Cornelio Martínez
Decano del Área de Investigación



ISSN: 1690-7647

Depósito legal: pp200302FA1634

Directora –Editora

Licda. Mariaolga Rojas Ramírez, MSc.

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Freddy Rodríguez. PhD

Licda. Mariaolga Rojas Ramírez, MSc.

Edición, montaje y diagramación:

Licda. Mariaolga Rojas Ramírez, MSc. / Dra. Élica Navas Díaz

Licda. Belén Cásaes, MSc. / Licda. Ana Rodríguez, MSc.

Diseño gráfico de la Edición:

TSU Ricardo Díaz

La Revista Arbitrada e Indizada Ciencias Sociales y Educativas (RCSE), del Centro de Investigaciones Sociales y Educativas (CISE) de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM), es una publicación semestral y tiene como objetivo principal la difusión de la producción científica y humanística, generada por docentes e investigadores en las áreas del conocimiento social, educativo, humanidades, letras, artes y otras.

COMITÉ DE ÁRBITROS

Dra. Élica Navas
Dr. Carlos Chirinos
Dra. Carmen Jordán
Dr. Danilo Sarmiento
Dr. Emmanuel González
Dra. Incoronata Bitteti
Dra. Letty Moreno
Dra. Maritza Peña
Dra. Milexis Polanco
Dra. Yarelis Leones
Dra. Yenitza Castillo
Dra. Yudyth Revilla
Dr. Victor Martínez

CONTENIDO

ROJAS RAMÍREZ, MARIAOLGA: NARRATIVAS DE PÉRDIDA, EXPRESIÓN LITERARIA ANTE EL SENTIDO DE LA AUSENCIA	11
GONZÁLEZ, FREDDY: LA ÉTICA COMUNICACIONAL EN LOS DATOS ABIERTOS COMO CONSTRUCCIÓN DE LAS AGENDAS PÚBLICAS VENEZOLANAS	25
CAMPOS, ANA DANIELA: LA ÉTICA COMO DIÁLOGO EN EL RUIDO: PERIODISMO Y COMPRENSIÓN COMUNICACIONAL EN TIEMPOS DE HIPERCONECTIVIDAD	44
VILLARROEL, DUANNY DANIEL: TURISMO Y SEMIÓTICA: EL ARRAIGO COMO ANCLAJE A LA CULTURA VENEZOLANA	67
OJEDA GINA: LA ÉTICA Y LA DEONTOLOGÍA ANTE LA COMUNICACIÓN DESINHIBIDA: DE LOS PRINCIPIOS INNEGOCIABLES, A LA PRÁCTICA RESPONSABLE EN REDES SOCIALES	86
SANGRONIZ, ELIAS: LA COMUNICACIÓN Y LAS TIC EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO DESDE UNA HERMENÉUTICA FENOMENOLÓGICA	107
LUGO, BETSY: LENGUAJE E IDENTIDAD INDIVIDUAL: UN ANÁLISIS COMPARATIVO GRAMATICAL DEL ESPAÑOL Y EL INGLÉS Y SU POTENCIAL LIBERADOR EN LA SOCIEDAD	129
PRIMERA, JOSÉ: EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO Y LA CONDUCTA EN ADOLESCENTES: UN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INTERACCIÓN ENTRE FACTORES BIOLÓGICOS Y SOCIALES DESDE UNA PERSPECTIVA INTEGRADORA	136
ORTEGA, VICTOR: EL RITUAL DEL CAFÉ DESDE LA VOZ DEL OTRO: UNA IDEA DE INVESTIGACIÓN CON RESPONSABILIDAD DEONTOLÓGICA	146
LAGUNA, CLARETH: LA ARQUITECTURA DE LA COMUNICACIÓN	168

ASERTIVA COMO VECTOR DE GOBERNANZA Y LIDERAZGO
DISRUPTIVO: UN ANÁLISIS EPISTEMOLÓGICO Y ORGANIZACIONAL

DÍAZ, JOSUÉ: LA VOZ EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: IMPLICACIONES
ÉTICAS Y AXIOLÓGICAS ANTE LA TECNOLOGÍA DE CLONACIÓN Y EL
DEEPPFAKE 200

CONTRERAS, OMAR: AXIOLOGÍA DE LA IMAGEN: REVISIÓN DE LOS
ENFOQUES SOBRE LA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA EN LOS
ENTORNOS DIGITALES 226

APONTE, YEISY: COMUNICACIÓN SIMBIÓTICA Y RESPONSABILIDAD
ÉTICA EN LA ERA DE LA IA Y DEL TRANSHUMANISMO 253

CÁSARES QUINTERO, BELÉN: DEL TRACTATUS A LA EPISTEMOLOGÍA
PARA LA COMUNICACIÓN EN GERONTOLOGÍA 281

SÁNCHEZ, LORENA: DE LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA A LA
COCREACIÓN DE SABERES EN ENTORNOS VIRTUALES DE FORMACIÓN
UNIVERSITARIA: UNA LECTURA DESDE HABERMAS Y CASTELLS 298

CHIRINO, JONNY: “ÉTICA Y MORAL” UN CONFLICTO A RESOLVER EN
EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA GUBERNAMENTAL EN
VENEZUELA 325

AULAR, JOSÉ MANUEL: RACIONALIDAD COMUNICATIVA
AFROANCESTRAL: PRAXIS EMANCIPADORA Y RESISTENCIA
SIMBÓLICA EN LAS COMUNIDADES AFROVENEZOLANAS 355

MUJICA, YOEMIXON: ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DEL POLÍTICO
INFLUENCER EN VENEZUELA: PERSPECTIVAS FRENTE A LOS
DESAFÍOS DE LA ERA DIGITAL 376

MELÉNDEZ, GLORIA CONSUELO: INTERACCIONES COMUNICATIVAS
FRAGMENTADAS EN AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE (AVA):
UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA 402

URBINA, NELSON: DESCONOCIMIENTO DEL OJO VAGO EN POBLACIÓN
INFANTIL. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA MINIMIZAR SU
IMPACTO SOCIAL 423

SOTO, FRANCISCO: LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO
MOTOR DE RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MOTIVACIÓN LABORAL: UNA
APROXIMACIÓN CRÍTICA DESDE LA CVP FAJA NORTE 450

RODRÍGUEZ, ANA ELISABETH: INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA VIOLENCIA ESCOLAR DESDE LA CONVIVENCIA EN LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES	470
POLANCO, OLISARITH: UNA MIRADA EVOLUTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS: ANÁLISIS REFLEXIVO PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL	479
LOYO, ALEXANDER: HACIA UNA RECONSTRUCCIÓN DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA EN LA GESTIÓN DE LA MUNICIPALIZACIÓN DE LA UNEFM	496

EDITORIAL

La Ciencia de la Comunicación, en los últimos tiempos ha trascendido del simple proceso de transmitir mensajes, tomando fuerza desde el reconocimiento de su carácter transversal que impacta en las relaciones humanas y desarrollo social, a través del análisis de los significados y como construimos realidades con ética y veracidad.

Este reconocimiento entre todas las diferentes áreas de las ciencias, reivindica a la comunicación, que estuvo desvalorizada por ser considerada un proceso simple de relación humana. Actualmente se estudia con la determinación axiológica que implica transmitir mensajes de manera dialéctica e indagar en la ontología y el intercambio comunicativo con la influencia de teorías sociológicas, psicológicas y la avasallante tecnología.

Se ha evolucionado desde los pensamientos filosóficos de Platón y Sócrates, hasta las corrientes filosóficas del siglo XXI, entre las que destacan: Jürgen Habermas, con su teoría de la acción comunicativa, Byung-Chui Han, estudios sobre la alteralidad y el diálogo genuino, Bruno Latour con sus planteamientos acerca de medios técnicos y humanos en la comunicación moderna, Nick Bostrom introduce el transhumanismo y su incidencia en la acción de comunicar y Éric Sadin coloca en la palestra a la Inteligencia Artificial y la comunicación, entre otros.

Con ello podemos evidenciar, que no todo está escrito en cuanto al hecho de comunicar en el cual convergen: la ética, el poder, cultura, inmediatez, gestión de contenidos, comprensión, conocimiento, realidad, lógica y habilidades expresivas, como las más destacadas. Y cada una de ellas caracteriza en mayor o menor medida las acciones del que hacer social. La comunicación es vital, compleja y podemos definirla como un proceso neurálgico.

En esta edición especial de la Revista Ciencias Sociales y Educativas, titulada “La Ciencia de Comunicar, una acción intersubjetiva deontológica y su

mediación desde la TIC”, se presenta la producción científica de los participantes de la primera cohorte del doctorado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, en la que de manera certera se abordan desde las diferentes vivencias profesionales e intereses, la simbiosis entre comunicar, ética y las TIC. Teniendo en cuenta que en los últimos años se sucedieron, avances tecnológicos que modificaron disruptivamente nuestra forma de comunicar y más aún con la llegada de la Inteligencia Artificial.

Transmitir, comunicar y comprender los contenidos en el día a día implica alterar lo ya conocido, utilizando la tecnología y mensajes creativa para conectar conscientemente, el reto es la humanización del proceso con el uso de las tecnologías de la información y comunicación, con una visión honesta, creativa y responsable éticamente, lo que es sin duda alguna un desafío para los profesionales en esta demandante acción de comunicar, que se enfrenta a los alcances de la IA.

Dra. Elica Navas Díaz

Jefa del Doctorado en Ciencias de la Comunicación

NARRATIVAS DE PÉRDIDA, EXPRESIÓN LITERARIA ANTE EL SENTIDO DE LA AUSENCIA

AUTORA:

ROJAS RAMÍREZ, MARIAOLGA

RESUMEN

Las ciencias de la comunicación tienen como objetivo comprender cómo se produce, transmite y recibe la información en diversos contextos, valiéndose de distintos postulados para explicar y analizar estos procesos. La importancia de éstas radica en su capacidad para unir personas, compartir conocimientos, resolver problemas y construir sociedades más justas y cohesionadas. Comunicar no se trata simplemente de hablar o escribir, supone algo más allá, es saber escuchar, comprender y transmitir mensajes con claridad, empatía y responsabilidad. Una sociedad que se comunica eficazmente es un entorno más unido, informado y preparado para enfrentar los desafíos del presente y del futuro. En un mundo globalizado y digitalizado, la comunicación ha adquirido una dimensión aún más relevante. Las nuevas tecnologías han permitido una conexión instantánea entre personas de diversas culturas y contextos, ampliando el alcance de los mensajes de los escritores nóveles que han surgido. En el siguiente ensayo, se hace un análisis reflexivo acerca de las narrativas de pérdida, término acuñado por Robert Neimeyer (2019), como expresión literaria ante la ausencia, resaltando cómo el ejercicio de la narración permite darle sentido, significado y trascendencia a una experiencia de duelo.

Palabras clave: comunicación, narrativas, pérdida, significado, duelo.

ABSTRACT

Communication sciences aim to understand how information is produced, transmitted, and received in diverse contexts, using various postulates to explain and analyze these processes. Their importance lies in their capacity to unite people, share knowledge, solve problems, and build more just and cohesive societies. Communicating is not simply about speaking or writing; it involves something more: knowing how to listen, understand, and transmit messages with clarity, empathy, and responsibility. A society that communicates effectively is a more united, informed, and prepared environment, better equipped to face the challenges of the present and the future. In a globalized and digitalized world, communication has acquired an even more relevant dimension. New technologies have enabled instant connection between people from diverse cultures and backgrounds, expanding the reach of messages from emerging writers. This article offers a reflective analysis of loss narratives, a term coined by Robert Neimeyer (2019), as a literary expression of absence, highlighting how the act of narration

allows for giving meaning, significance, and transcendence to the experience of grief.

Keywords: communication, narratives, loss, meaning, grief.

NARRATIVAS DE PÉRDIDA, EXPRESIÓN LITERARIA ANTE EL SENTIDO DE LA AUSENCIA

Las ciencias de la comunicación se constituyen bajo las premisas de un conjunto interdisciplinario, puesto que se apoya en otras ciencias como la sociología, la psicología y la lingüística; su objeto de estudio se circunscribe a la comunicación humana, entendiéndola como un fenómeno complejo, diverso, alrededor del cual se suscitan una serie de hechos sociales. Abordan el estudio del acto comunicativo per se y todo lo que incide en éste, generando sus propias herramientas y procedimientos de análisis.

Es así, que ellas en sí mismas tienen como principal objetivo comprender cómo se produce, transmite y recibe la información en diversos contextos, valiéndose de distintos postulados y métodos de investigación para explicar y analizar estos procesos. Su importancia radica en el desarrollo de habilidades que posibilitan una interacción social más efectiva, fomentando así la

comprensión y el análisis crítico de la sociedad.

En este sentido, el discurso es por excelencia el medio a través del cual el hombre exterioriza sus pensamientos, emociones y sentimientos, ha de considerarse como algo más que la expresión del lenguaje oral o escrito, dando lugar al cómo se usa el lenguaje. De ahí que el acto de escribir es una forma de acción del lenguaje y está orientada a un fin dentro de un contexto específico; interactuando en forma lingüística, cognitiva y socio-cultural. De este modo, esta acción del lenguaje es concebida como una forma de comunicación y de simbolización del mundo, bien sea real o imaginario.

A partir de estas premisas tenemos que el escribir es un ejercicio que va más allá de representar las palabras o las ideas a través de letras u otros signos. Se escribe cuando se quiere comunicar algo que se percibe y se sospecha que los demás no han notado, puede hacerse también porque se quiere que no se olvide y se preserve en el tiempo.

A lo largo de los años, la historia ha confirmado el poder que ejerce el uso de las palabras, ello se remonta a los orígenes del mundo inclusive, así lo relatan las Sagradas Escrituras que Dios creó al mundo por medio de la palabra, y como éstas influyen en la comunicación, ya que la escritura constituye el puente entre pensamientos y emociones, que permite a las personas expresar sus experiencias de una manera única y accesible. A través de las palabras, se puede transmitir información, también matices de los sentimientos que dan vida a las ideas. Es así que el discurso escrito, tiene la capacidad de capturar momentos efímeros, inmortalizarlos y ofrecer una ventana al interior de uno mismo o de otros. (Cassany y otros, 1998). En un mundo donde el ruido de la comunicación instantánea a menudo puede desdibujar el sentido, la escritura nos invita a la reflexión y a la conexión profunda, ya sea en un diario personal, en una carta a un amigo o en un post en redes sociales. Además, fomenta un diálogo interno que puede ayudar en procesos de sanación, autocomprensión y

crecimiento personal, transformando el acto de escribir en un vehículo potente para la conexión humana y el entendimiento mutuo.

En este sentido, las redes sociales, en palabras de Tirira (2013), nos abrieron la oportunidad de interactuar y expresarnos ante millones de personas en el mundo. Además aceleraron el ritmo de la transmisión de información que nos incentiva a ser más rápidos y precisos en nuestros mensajes. Cada vez, son más los escritores noveles que surgen y se dan a conocer mediante sus escritos gracias a la versatilidad que ofrecen las redes sociales; puesto que el desarrollo de la habilidad escrita forma parte del día a día de todo aquel que de alguna manera alza su voz por este medio, muchas personas encuentran en las redes sociales un espacio comunicativo sin fronteras, que les otorga cierta libertad para adaptarse y recrearse a través de ese espacio interactivo.

Escribir puede ser una herramienta poderosa de reflexión para ayudar a las personas a superar las vicisitudes de la vida, así lo refiere

Soldevila (2025). De ahí que, este proceso se considera un instrumento de mucha utilidad para gestionar y procesar emociones negativas; inclusive actúa como un medio para la curación emocional y el crecimiento personal, puesto que ayuda a las personas a lidiar con sus vivencias de una manera constructiva. Al respecto, el psicólogo estadounidense James Pennebaker (2021), profesor de la Universidad de Texas, lleva más de treinta años investigando sobre los efectos terapéuticos de la escritura. Asegura que el ejercicio de escribir aporta muchos beneficios. Por ejemplo, brinda la oportunidad de poder acceder y desarrollar el potencial creativo, así como a descubrir las emociones y pautas de pensamiento más inconscientes. Con ello se contribuye a reducir el estrés mental, reforzar la autoestima e incluso fortalecer el sistema inmunológico. En definitiva, se pueden conseguir resultados positivos tanto a nivel psicológico como físico. La escritura se puede llevar a cabo como complemento dentro de un proceso psicoterapéutico o como una

herramienta de autoayuda sin intervención psicológica.

En las últimas décadas, la investigación en el proceso terapéutico se ha convertido en tema de interés, de manera que hoy día se puede hablar de “nuevas perspectivas del proceso”; para que éste sea más relevante, inclusivo y adaptativo a las diversas necesidades de las personas en el mundo actual, así lo afirma Hayes (2015).

Ante este contexto tenemos a las narrativas como un proceso terapéutico, que hacen alusión al relato de la persona acerca de sus vivencias en todas sus dimensiones. Esta forma de expresión, posibilita darle significado y continuidad a las experiencias, reformulando los eventos que ocurren. Robert Neimeyer (2019) es uno de los expertos en crear esta forma de trabajar las narrativas, lo hace desde la teoría constructivista, proponiendo un modelo de acompañamiento a personas que están atravesando un proceso de duelo, denominándolas “narrativas de pérdida”.

Neimeyer señala que se trata de integrar la pérdida en el relato de

nuestra vida, con una representación de la persona en nosotros. Con esta idea de las narrativas de pérdida es posible realizar un acompañamiento a las personas en situaciones de duelo, permitiéndoles reconstruir sus historias, externalizando sus sentimientos y emociones, resignificando la pérdida y encontrando nuevos significados en su vida.

Narrar permite al sujeto establecer un diálogo entre la realidad (sus experiencias) y los fundamentos teóricos, tanto ontológicos como epistemológicos de las ciencias sociales y por ende de las ciencias de la comunicación. Cuando se narra una experiencia y se exterioriza, se convierte en una expresión comunicable (Ricoeur, 1995) algo posible de enunciar, que permite dar entendimiento a sucesos que parecieran no tenerlo, a la vez que se hace catarsis.

En este sentido, es oportuno resaltar que hay autores, como Kübler Ross (2005), que aseguran que las diferentes manifestaciones que se producen para afrontar el duelo son todas válidas, debido a que

no existe un manual que especifique la manera correcta de enfrentar el manejo del duelo.

Asimismo, Delory-Momberger y otras (2017) señalan que es en la relación reflexiva del narrador con su historia donde se construye el sentido de ésta, lo mismo refiere Cabrera (2014) la narrativa es “una particular reconstrucción de la experiencia, por la que, mediante un proceso reflexivo, se da significado a lo sucedido o vivido” y donde el narrador, de acuerdo con Bruner o con Ricoeur, inventa su propio yo y le da una identidad.

Es decir, que el sentido y significado de una experiencia se construye a través del proceso narrativo, o sea, mediante la forma en que una persona cuenta o relata sus vivencias. De igual modo, Cabrera (2014) enfatiza que contar una historia implica reinterpretar las experiencias vividas. No se trata de un simple relato de eventos, es un proceso activo en el que el narrador reconfigura y da sentido a lo que ha sucedido. Esto implica que la narrativa no solo representa la realidad, sino que también la

transforma al darle un significado nuevo o diferente a los sucesos.

Otro punto importante que aportan las narrativas y los relatos es el de la reconstrucción y recuperación de la experiencia individual y colectiva por medio de las narraciones. Delory-Momberger y otras (2017) establecen la narrativa y el relato como medios para analizar y organizar la realidad y dar sentido a la experiencia humana tanto comunitaria como individual. Para estas autoras, el lenguaje y el relato mediatizan la experiencia humana por sistemas de signos para darle un sentido y un significado y otorgar así a la experiencia una historia relatada y narrada.

Quiere decir, que contar historias implica un proceso comunicativo de reflexión e introspección que permite a las personas dar significado a sus experiencias y construir su identidad. El acto de narrar es, por lo tanto, una herramienta de valor para la auto-comprensión, la creación de sentido y la comunicación en la vida de una persona.

Todas las manifestaciones que se producen tras la pérdida han ido cambiando con el paso del tiempo y la necesidad de expresar lo que se va experimentando, hecho que se hace imperativo en los seres humanos ante su necesidad de comunicación. Considerando la situación descrita, las narrativas de pérdida vienen a convertirse en una herramienta que hace posible expresar y sistematizar las experiencias de los individuos.

Lo descrito anteriormente, resalta la esencia de la comunicación en la experiencia humana, la describe como una facultad inherente al ser humano, poniendo de manifiesto que la capacidad de comunicar no solo es un medio para transmitir información, sino que también constituye un vehículo para compartir sentimientos y vivencias que permite conectar con los demás. Esta perspectiva obliga necesariamente a reflexionar sobre el papel que desempeña la comunicación en la construcción de la identidad personal y colectiva.

Ahora bien, Rivera y otros (2005) afirman que la comunicación es inherente al ser humano, es la facultad que tiene el ser vivo de

transmitir a otros información, sentimientos, vivencias, porque a través de ella el hombre forma colectivos, con quienes tiene algo en común, por lo tanto juega un papel importante en el desarrollo de cualquier interacción humana.

En la actualidad, existe una variedad de teorías, enfoques y modelos de comunicación, los cuales posibilitan el logro de una comunicación eficaz. De ahí que la comunicación se ha convertido en un proceso global que está implícito en todas las actividades que realiza el ser humano.

Aguado (2004), señala que los modelos circulares de la comunicación resultan inicialmente de la introducción de feed-back en aquellas primeras concepciones lineales de la comunicación. Dicha aportación, implica la concepción de la comunicación (transmisión y selección de información) como un medio de control o regulación en los procesos sociales, donde éste se ve como un intercambio continuo y recíproco; en el cual emisor y receptor se alternan roles, codifican y decodifican, es decir, es un proceso

ida y vuelta, en el que la información es intercambiada con la finalidad de propiciar el diálogo, la escucha activa, la convivencia, la participación, etc.

En 1956, el Dr. George Gerbner, diseña un modelo que pretende expresar la dinámica de todas las formas de comunicación (interpersonal, grupal, masiva, etc.) sobre la base de dos elementos (el productor de la información y el receptor de la misma) que realizan una transacción. De este modo, Gerbner concibe la comunicación como una negociación o un intercambio y, dentro de ella, presta especial atención a la fuente donde se origina el mensaje o emisor. (Aguado, 2004).

Cabe resaltar, que el Modelo de Gerbner es concebido como un sistema de comunicación que es abierto y, por tanto, los procesos comunicativos son variables y, hasta impredecibles. Además, su versatilidad le permite ser aplicado a diversas clases de comunicación humana.

El objetivo del modelo descrito, fundamentalmente es presentar un prototipo de comunicación aplicable a

la mayor cantidad de situaciones posibles, dándole diferentes configuraciones de acuerdo con el tipo de circunstancia comunicativa que se describa. (Metzger, 2011)

Asimismo, esta autora afirma que sus partes pueden usarse como piezas de un mecánico, lo cual hace posible describir no sólo los procesos simples y complicados de la comunicación, sino también los de producción (de mensajes) y de percepción (de los mensajes y de los acontecimientos sobre los que se establece la comunicación) esto implica un enfoque funcionalista. El modelo consta de una representación verbal y gráfica.

Este modelo de Gerbner, constituye un constructo teórico en el tema de las narrativas de pérdida como expresión literaria ante el sentido de la ausencia, puesto que éste es concebido como un modelo que no sólo es aplicable a la mayor cantidad de situaciones posibles y les da diferentes configuraciones de acuerdo con el tipo de circunstancia comunicativa que se describa (Metzger, 2011) sino que además, es aplicable a la teoría de las narrativas

de pérdida, el proceso se concebiría como se describe a continuación:

Alguien percibe un acontecimiento (enfrenta una situación de pérdida) y reacciona ante esa situación en particular (experimenta el sentido de la ausencia), a través de unos medios o canales (escribe como forma de expresión para desahogarse), con el fin de comunicarse (dar un mensaje), con una cierta forma (narra lo sucedido, para transmitir el mensaje), y un escenario (contextualiza lo acontecido, si es una pérdida física, conyugal, de salud, migratoria, etc.), transmitiendo un contenido con ciertas consecuencias (el impacto que genera en los receptores del mensaje). El siguiente paso conlleva a los destinatarios a comunicar a otros lo percibido y ello genera el feed-back o retroalimentación.

En el proceso descrito, ocurre una dimensión perceptiva, que viene dada por la relación entre el agente que comunica y el conjunto de los acontecimientos. De igual modo, se establece un nexo entre el agente que comunica y el producto final que se comunica. Se puede afirmar

entonces que el modelo de Gerbner destaca por su utilidad en los distintos campos de la comunicación; no obstante, no profundiza lo suficiente en lo que respecta a la percepción. (Metzger, 2011)

En este mismo orden y dirección, podemos traer a colación el modelo comunicación propuesto por Umberto Eco en 1975. Este modelo tiene como base el modelo de comunicación de Shannon y Weaver (1949), sin embargo, se diferencia de éste porque enfatiza en el hecho de que no se puede prescindir del significado y el sentido (Aliendres, 2021).

Eco propone la recepción crítica, la cual emerge de su visión de la semiótica como parte de la comunicación. Considera al receptor como un ente activo, quien posee una capacidad gramatical que posibilita su intervención en el texto o el mensaje que se le ha transmitido, para interpretarlo partiendo de su función en los códigos de su grupo social.

Dicho modelo comunicativo de Umberto Eco, de acuerdo a lo expresado por Aliendres (2021) se representa así:

El emisor es la fuente del mensaje (persona que vive la experiencia de la ausencia), maneja sus propios códigos que definen a su vez cómo está construido el mensaje (busca distintas señales y símbolos para darle sentido y significado a lo que vive), transmite a través de un canal como significante (narra los sucesos, usando las redes sociales como medio de expresión), le llega a un destinatario (receptor), quien a través de los códigos que maneja le da significación al texto narrado.

Como puede observarse, Eco considera la comunicación como un proceso dinámico de codificación y decodificación de signos basado en códigos y subcódigos, en éste el lector o receptor desempeña un papel fundamental, puesto que es el encargado de interpretar el mensaje y darle distintos significados a los del autor. Todo ellos, puede conllevar a que se produzcan comunicaciones aberrantes, si los códigos no coinciden, destacando la diferencia entre el significante (el mensaje) y el significado final (Aliendres, 2021).

En otras palabras, para Eco la comunicación es concebida como un

acto complejo donde la cultura, los códigos y la interpretación del receptor son tan importantes como el mensaje en sí mismo, de esta manera, la comunicación se convierte en un proceso dialéctico y no lineal.

Ambas teorías descritas anteriormente, tanto la de George Gerbner como la de Umberto Eco son muy importantes para entender las narrativas de pérdida. Ya que se enfocan en cómo nos comunicamos y cómo eso nos ayuda a interactuar con los demás. No solo se trata de contar una historia; también es fundamental entender cómo el que escucha o lee esa historia la percibe y qué efecto tiene en él.

Cuando alguien comparte su experiencia de pérdida, está transmitiendo un mensaje que puede resonar con el oyente o lector, invitándolo a reflexionar sobre sus propios sentimientos y experiencias.

Además, tanto Gerbner como Eco destacan que el receptor no es solo un pasivo oyente; él juega un papel activo al interpretar y analizar lo que se ha contado. Esto quiere decir, que cada persona puede darle un sentido diferente a la historia según

su propia perspectiva. Así, una narrativa de pérdida no comunica un mensaje únicamente; sino que también ayuda a quien lo recibe a encontrar significado en su propio dolor y en su relación con el mundo.

En definitiva, las teorías de estos dos autores nos enseñan que las narrativas de pérdida constituyen un proceso que involucra a ambas partes: el que cuenta la historia y el que la escucha, creando un espacio para la comprensión y la conexión emocional

Como puede observarse, las investigaciones sobre comunicación han cambiado, éstas se están abocando a tomar en cuenta la realidad del mundo actual. Hoy día, nuestras sociedades están formadas por muchos elementos diferentes que interactúan entre sí. Esto incluye no solo a las personas, sino también a instituciones, tecnologías, medios de comunicación y culturas diversas. La manera en cómo nos comunicamos en estos momentos se ha modificado gracias a la versatilidad de las redes sociales y la instantaneidad de la información. Estos cambios añaden

complejidad que es importante considerar al investigar este tema.

Aunado a ello, es importante destacar que las investigaciones sobre comunicación están evolucionando para adaptarse a la complejidad de la sociedad del presente. Esto ayuda a comprender mejor cómo funciona la comunicación en diferentes contextos y a ofrecer resultados más claros y útiles que puedan aplicarse de manera efectiva en la realidad social.

Comunicar no se trata simplemente de hablar o escribir, supone algo más allá, es saber escuchar, comprender y transmitir mensajes con claridad, empatía y responsabilidad. Una sociedad que se comunica de forma eficaz, terminará siendo un entorno más unido, informado, preparado y con mayor apertura para enfrentar los desafíos del presente y del futuro.

Abordar la perspectiva de la narrativa frente a la pérdida nos confronta ante la intimidad del otro en un momento sumamente vulnerable, cuando se experimenta un profundo dolor, pero poder narrar y ponerle voz (a través de la palabra escrita) a lo

aconecido permite reconstruir y resignificar la ausencia.

Cuando alguien decide contar su historia de pérdida, a través de las palabras escritas, no solo está compartiendo su sufrimiento, sino que también está comenzando un proceso de sanación. Es como si estuviera tomando sus sentimientos y dándoles forma, lo que le ayuda a entender mejor lo que está sintiendo.

Además, al compartir su historia, también puede cambiar la forma en que ve la ausencia de lo que ha perdido. De esta manera podrá reconstruir y resignifica la ausencia. Significa entonces que, aunque la persona ya no esté físicamente, se pueden encontrar nuevos significados y una de ellos podría ser contar su historia, como manera de recordarle. Así, la narrativa se convierte en una herramienta eficaz para enfrentar el dolor, porque permite transformar la pena.

En otras palabras, narrar y escribir sobre la pérdida no solo es un acto para compartir el dolor, sino también un paso hacia la sanación, donde se puede encontrar un nuevo sentido en medio de la ausencia,

pues tal y como lo afirma Vinciane Despret: “los muertos convierten a los que quedan en fabricantes de relatos”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguado, Juan Miguel (2004):

Introducción a las teorías de la información y la comunicación.

Universidad de Murcia.

Disponible en:

[https://www.um.es/tic/Txtquia/introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informacion%20\(20\)/TIC%20texto%20guiado%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtquia/introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informacion%20(20)/TIC%20texto%20guiado%20completo.pdf)

Aliendres, Kelly (2021): Modelo

Semiótico – Informacional.

Umberto Eco. Universidad de

Oriente (UDO). Disponible en:

<https://es.scribd.com/document/502468448/MODELOS-DEL-PROCESO-DE-COMUNICACION-UMBERTO-ECO>

Cassany y otros (1998): Enseñar lengua. Editorial Graó.

Hayes SC (2015): Un enfoque

contextual del cambio

terapéutico. Disponible en:

<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC3635495/>

Kübler Ross, Elisabeth (2005): Sobre el duelo y el dolor. Disponible en:

https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuarios/libros_contenido/arxius/32/31277_Sobre_el_duelo_y_el_dolor.pdf

Metzger Ramsauer, Ursula T. (2011):

El modelo general de

comunicación de George

Gerbner. Disponible en:

<https://es.scribd.com/doc/110773891/El-Modelo-General-de-Comunicacion-de-George-Gerbner>

Neimeyer Robert (2019): Aprender de la pérdida. Disponible en:

<https://centrodocumentacionpsicosocial.net/wp-content/uploads/2003/01/neimeyer-aprender-de-la-perdida.pdf>

Neimeyer Robert (2019): Narrativas de pérdida. Disponible en:

<https://vidayperdida.es/blog-vida-y-perdida/2025/3/30/la-narrativa-en-el-duelo>

Pennebaker James (2021): La

escritura expresiva puede

ayudar a la salud mental.

- Disponible en: <https://www.apa.org/news/podcasts/speaking-of-psychology/expressive-writing>
- Ricoeur Paul. (1995) Tiempo y narración I. El tiempo narrado. Disponible en: <https://textosontologia.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/11/tiempo-y-narracion3b3n-i.pdf>
- Soldevila Anna (2025): Escribir es una herramienta poderosa de reflexión vital. Disponible en: [ixa.org/es/social/programas-sociales/personas-mayores/2025-05-15/anna-soldevila-escritura-personas-mayores-7145.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20papel%20tiene%20la%20escritura,su%20historia%20familiar%20o%20colectiva](https://mediahub.fundacionlacaixa.org/es/social/programas-sociales/personas-mayores/2025-05-15/anna-soldevila-escritura-personas-mayores-7145.html#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20papel%20tiene%20la%20escritura,su%20historia%20familiar%20o%20colectiva)
- Tirira Mishel (2013): La escritura en redes sociales. Disponible en: https://www.usfq.edu.ec/sites/default/files/2020-07/pea_008_0010.pdf

LA ÉTICA COMUNICACIONAL EN LOS DATOS ABIERTOS COMO CONSTRUCCIÓN DE LAS AGENDAS PÚBLICAS VENEZOLANAS.

AUTOR:

GONZÁLEZ ALVARENGA, FREDDY RAFAEL

Resumen.

En el ecosistema informativo contemporáneo, los datos abiertos han trascendido su rol técnico para constituirse en el epicentro de una disputa ética fundamental para la salud democrática. El presente trabajo analiza la ética comunicacional en la construcción de las agendas públicas venezolanas, fundamentándose en el diálogo entre el imperativo categórico de Immanuel Kant (la transparencia como deber moral absoluto) y la jerarquía de valores de Max Scheler, donde el dato debe resonar con la experiencia vivida del ciudadano. Se examina la brecha entre el marco jurídico venezolano y una "cultura de la opacidad" que fomenta la "transparencia selectiva" y la "hegemonía comunicacional". Finalmente, se propone una gobernanza de datos con rostro humano, basada en la utilidad social, la rendición de cuentas algorítmica y el fortalecimiento de la alfabetización en datos (data literacy) como mecanismos de empoderamiento ciudadano frente al silencio administrativo.

Palabras clave: Ética comunicacional, datos abiertos, agenda pública, Venezuela, transparencia cognitiva.

Abstract

In today's information ecosystem, open data has moved beyond its technical role to become the epicenter of an ethical dispute essential for democratic health. This paper analyzes communication ethics in the construction of Venezuelan public agendas, based on the dialogue between Immanuel Kant's categorical imperative—transparency as an absolute moral duty—and Max Scheler's hierarchy of values, where data must resonate with the citizen's lived experience. It examines the gap between the Venezuelan legal framework and a "culture of opacity" that promotes "selective transparency" and "communicational hegemony". Finally, it proposes data governance with a human face, based on social utility, algorithmic accountability, and the strengthening of data literacy as mechanisms for citizen empowerment against administrative silence.

Keywords: Communication ethics, Open data, Public agenda, Venezuela, Cognitive transparency.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la comunicación ha dejado de ser un proceso lineal, de transmisión de mensajes para convertirse en un ecosistema complejo, mediado por la tecnopolítica y la gestión de la información. En este escenario, la ética comunicacional emerge como el eje transversal que, debe regir la producción, circulación y consumo de datos abiertos, especialmente cuando estos constituyen, la materia prima para la deliberación pública.

Para el caso venezolano, el análisis de esta relación resulta ser una necesidad académica, dado que la construcción de la agenda pública ha estado históricamente supeditada, a asimetrías de información y tensiones entre el Estado y la sociedad civil.

El problema central que aborda este artículo, radica en la brecha existente entre el potencial de los datos abiertos como herramientas de transparencia, y la realidad fáctica de su uso en Venezuela, donde la opacidad y la discrecionalidad suelen

vulnerar los principios éticos de la comunicación.

La ética de los datos, entendida como el estudio de los problemas morales relacionados con la recolección, el procesamiento y la difusión de la información, se presenta aquí como el marco referencial para evaluar si los datos abiertos, están cumpliendo su función de democratizar la esfera pública o si, por el contrario, están siendo instrumentalizados para reforzar narrativas hegemónicas.

Para profundizar en esta problemática, es imperativo conectar con dos pilares del pensamiento filosófico: la rectitud del deber en Immanuel Kant y la profundidad de lo vivido en Max Scheler. Desde la óptica kantiana, la transparencia no es una opción administrativa, sino un imperativo categórico.

Ocultar datos para proteger intereses políticos constituye una agresión a la dignidad humana, pues trata al ciudadano como una herramienta de una narrativa y no como un ser autónomo capaz de razonar por sí mismo. Complementariamente, Max Scheler

nos invita a observar el dato desde la "experiencia de lo vivido reflexivo". El ciudadano no consume cifras de manera aislada; las coteja con su realidad cotidiana de salud, servicios y economía. Si el dato oficial se divorcia de la experiencia vivida, se produce un conflicto axiológico donde los valores de utilidad o poder intentan imponerse sobre la verdad y la justicia. Bajo esta premisa, la información veraz debe resonar con la vida del sujeto; de lo contrario, deja de ser comunicación para convertirse en ruido o propaganda.

El objetivo general de esta investigación es, describir cómo la ética comunicacional se manifiesta en la gestión de los datos abiertos, para la construcción de narrativas y agendas públicas en el contexto nacional. Para ello, se plantean objetivos específicos orientados a fundamentar teóricamente la ética comunicacional en la era de las llamadas tecnologías disruptivas, diagnosticar el estado actual de los datos abiertos en Venezuela y proponer lineamientos para una gobernanza de datos, que priorice el interés público y el rigor informativo.

La justificación de este estudio reside en la necesidad de dotar a los investigadores, comunicadores sociales y ciudadanos de un marco crítico, que permita entender que los datos no hablan por sí solos; son interpretados y comunicados bajo criterios éticos que pueden fortalecer, o erosionar la confianza pública. En cualquier Estado, la ética en el manejo de datos abiertos se erige, como el puente necesario para una comunicación más transparente, veraz y participativa.

DESARROLLO.

Ética, veracidad y datos abiertos: diálogo entre el deber y la experiencia en la agenda pública.

En el dinámico, complejo y disruptivo ecosistema informativo actual, los datos abiertos han dejado de ser un simple recurso técnico, para convertirse en el epicentro de una disputa ética.

No hablamos solo de archivos descargables o estadísticas en portales gubernamentales; hablamos de la materia prima con la que se construye la realidad compartida.

Cuando la información fluye con transparencia, la agenda pública se nutre de verdad; cuando se bloquea o se manipula, la libertad de expresión se restringe.

Para entender este fenómeno, es necesario analizar más allá de los algoritmos y conectar con dos pilares del pensamiento filosófico, como son la rectitud del deber en Immanuel Kant y la profundidad de lo vivido en Max Scheler.

El imperativo de Kant.

Para Immanuel Kant (1785/2012), la ética no admite zonas grises. Su propuesta del imperativo categórico, nos plantea una pregunta sencilla pero implacable: ¿qué pasaría si la acción que estoy realizando, se convirtiera en una ley universal? Si aplicamos este filtro a los datos abiertos en Venezuela, la conclusión es determinante, es decir la transparencia no es una "mejor práctica" opcional, sino un deber moral absoluto.

Cuando un organismo público decide, qué información liberar y cuál ocultar basándose en intereses políticos o grupales, rompe el

principio de universalidad. Si todos mintieran o sesgaran los datos, la confianza desaparecería. Desde la óptica de Kant, ocultar datos para proteger intereses no es solo una falta administrativa; es una agresión a la dignidad del ciudadano.

Al manipular la información, se trata a las personas como herramientas para un fin, por ejemplo, mantener una narrativa, y no como seres autónomos capaces de razonar y decidir por sí mismos. Por tanto, la veracidad en los datos abiertos es el único camino para gestionar y respetar las demandas de una sociedad que exige cuentas claras.

El sentir de la realidad.

Si Kant nos habla de la estructura del deber, Max Scheler (1913/2001) nos invita a mirar desde la experiencia. Para Scheler, la ética no nace de una regla fría, sino de una jerarquía de valores que captamos a través de la intuición y lo que él denomina "la experiencia de lo vivido reflexivo".

En el contexto de los datos abiertos, esto significa que el dato no es una entidad aislada. El ciudadano

no solo lee una cifra sobre inflación, salud o servicios públicos; la coteja con su realidad cotidiana. Aquí es donde la ética comunicacional se vuelve vital, en efecto; si el dato oficial dice una cosa, pero la "experiencia vivida" del ciudadano dicta otra, se produce un conflicto axiológico.

Scheler nos enseña que los valores de la verdad y la justicia, son superiores a los valores de utilidad o poder. Cuando la gestión de datos prioriza los llamados intereses en términos de utilidad política, por encima de la veracidad desde la perspectiva del valor espiritual o intelectual, se genera un vacío ético que deslegitima la agenda pública. La ética de Scheler nos recuerda que, la información veraz debe resonar con la vida del sujeto; de lo contrario, deja de ser comunicación para convertirse en ruido o propaganda.

La pugna entre veracidad e intereses.

Uno de los puntos de mayor fricción, en la construcción de la agenda pública es el referido al control de la información. ¿Es la

información un bien común o un instrumento de poder? La respuesta a esta pregunta define la calidad ética de un Estado.

Bajo el análisis conjunto de estos autores, el control que responde a intereses particulares constituye una doble falta. Por un lado, traiciona el deber kantiano de transparencia, privando al ciudadano de su derecho a la verdad. Por otro, ignora la experiencia scheleriana, intentando imponer una realidad artificial sobre la vivencia real de la gente.

La veracidad no es simplemente la ausencia de mentira, sino la voluntad de presentar los datos de forma completa y sin sesgos que favorezcan a grupos de poder. Una agenda pública construida, sobre datos concebidos o preparados para servir a intereses no es una agenda democrática; es un monólogo institucional. La verdadera ética comunicacional en los datos abiertos, radica en entender que la información pertenece a la comunidad, y que el papel del servidor público, es ser un custodio de esa verdad, no su propietario.

Los postulados de Kant y Scheler sobre la ética, ofrecen una hoja de ruta para entender que, no basta con tener portales de datos abiertos; se requiere que esos datos sean el reflejo de un compromiso moral con la verdad, y que tengan sentido en la vida diaria de los ciudadanos.

En última instancia, la ética de la información es una defensa de lo humano. Al exigir datos veraces y rechazar el control por intereses, estamos defendiendo la posibilidad de construir una agenda pública, que sea un espacio de encuentro basado en la realidad compartida y el respeto mutuo.

Fundamentos teóricos de la ética comunicacional y datos abiertos en la era de las tecnologías disruptivas.

En la era de las tecnologías disruptivas, el *big data* y los datos abiertos, la ética comunicacional, trasciende la declaración de buenas intenciones para consolidarse como una praxis técnica y moral, que garantiza la salud democrática de la información. Este ecosistema exige

que, la dimensión ética actúe desde la captura original del dato hasta su circulación final, funcionando como un filtro esencial que previene la distorsión de la realidad social, y asegura la integridad de la esfera pública.

Para profundizar en esta práctica, es pertinente establecer una definición humana y funcional de los datos abiertos. De acuerdo con Ramió (2019), estos se conciben como datos digitales, dispuestos bajo características técnicas y legales que permiten su uso, reutilización y redistribución libre por cualquier ciudadano. Esta concepción resalta que el dato no es un ente inerte, sino un "bien común" y un activo vivo destinado al empoderamiento social y la innovación. Bajo esta premisa, la apertura de datos no es propiedad del Estado, sino una herramienta de democratización del ingenio humano.

El compromiso ético del comunicador y del gestor de información, radica en la honestidad intelectual de la fuente. Según argumentan Almansa-Martínez y Castillo-Esparcia (2020), la apertura de información debe ir acompañada

de metadatos claros, que expliquen el contexto humano y social de su producción (quién, cómo y para qué). Sin esta trazabilidad, el dato pierde su propósito ético, y se degrada en un instrumento de desinformación, rompiendo el vínculo de confianza necesario para el debate público nacional.

Esta necesidad de rigor se complementa, con la visión de la ética aplicada de García-Avilés (2021), quien sostiene que la comunicación de datos obliga, a presentar no solo los resultados, sino también las incertidumbres y los márgenes de error. En la construcción de agendas públicas, esto permite que la narrativa resultante sea honesta y no manipulativa, sometiendo el contenido al escrutinio técnico y metodológico de la sociedad civil.

La ética comunicacional también se manifiesta, en la democratización del acceso y la interpretabilidad. Un dato abierto que resulta incomprensible, para el ciudadano común vulnera el principio de inclusión informativa. Para Aparici (2018), la ética en la comunicación pública, debe promover la

"transparencia cognitiva"; es decir, que la información se presente, de forma que el receptor pueda convertirla en conocimiento útil para su vida diaria.

Cuando el dato se utiliza para construir la agenda pública, el emisor asume la responsabilidad social, de traducir la complejidad estadística a lenguajes ciudadanos sencillos. Esta labor de mediación evita que, la tecnocracia se convierta en una nueva forma de opacidad, permitiendo que el dato trascienda la oficina burocrática, y se transforme en un motor de acción colectiva y participación real.

La relación entre ética y datos se consolida en la rendición de cuentas algorítmica. En la actualidad, las narrativas públicas suelen estar mediadas por sistemas, que procesan datos de forma masiva para identificar tendencias. Como advierte López (2018), la responsabilidad ética se extiende, a la vigilancia de los sesgos que pueden marginar a ciertos sectores sociales de la narrativa oficial.

La ética exige que estos procesos no sean "cajas negras",

sino sistemas transparentes donde la supervisión humana impida que, los algoritmos repitan prejuicios históricos. En consecuencia, la ética en los datos abiertos funciona como un contrapoder, que asegura que la construcción de la agenda pública sea un proceso plural, fundamentado en la integridad de la información compartida y el respeto a la diversidad social.

El ecosistema de los datos abiertos en Venezuela: marco normativo y realidad fáctica.

El análisis del ecosistema de datos abiertos en Venezuela, revela asimetrías entre el andamiaje jurídico formal y la praxis administrativa del Estado. Aunque la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) consagra explícitamente el derecho al acceso a la información en sus artículos 28 y 143, la implementación de políticas de datos abiertos ha sido fragmentaria. Esta brecha no es solo un fallo logístico, sino una omisión ética que compromete la transparencia activa.

En este contexto, la cita a Cañizález (2021) resulta fundamental

para argumentar que, se ha consolidado una "cultura de la opacidad". Este autor advierte que, dicha cultura contradice frontalmente los principios internacionales de Gobierno Abierto. La resistencia institucional a la rendición de cuentas, no solo limita el control social sobre la gestión pública, sino que debilita la fundamentación ética de la comunicación oficial, al carecer de datos verificables que la sustenten, convirtiendo el discurso estatal en una narrativa sin respaldo empírico.

En el plano estrictamente normativo, Venezuela por ejemplo no cuenta con una ley orgánica específica, que regule la apertura de datos y obligue a las instituciones, a mantener repositorios actualizados en formatos interoperables. Si bien existen instrumentos como la Ley de Simplificación de Trámites Administrativos y la Ley de Infogobierno, estas se enfocan en la eficiencia burocrática, mas no en un estándar ético de transparencia.

La argumentación de León (2020) es aquí descriptiva, en efecto, ante la falta de un marco legal robusto, se permite la publicación de

datos de forma discrecional, derivando en lo que el autor denomina "transparencia selectiva". Esta situación genera un vacío informativo, que restringe por ejemplo el ejercicio del periodismo de investigación y la academia. León sostiene que este silencio institucional, es llenado por narrativas sin sustento, lo que erosiona gravemente la calidad del debate en la agenda pública nacional y fractura la confianza ciudadana.

Bisbal (2017) señala que, la "hegemonía comunicacional" se apoya en el control férreo de los datos, para gestionar la percepción pública de la crisis. Desde la ética comunicacional, ocultar o retrasar deliberadamente las cifras oficiales, impide que la sociedad civil proponga soluciones basadas en evidencia.

Al esconder las cifras de la crisis, se intenta invisibilizar la realidad del ciudadano, invalidando éticamente, cualquier discurso que no posea pruebas verificables. En este escenario, la opacidad anula la participación activa de los actores sociales, en la gestión de políticas públicas.

La mediación de los datos en la configuración de la agenda pública (agenda-setting)

La teoría de la *agenda-setting*, ha experimentado una evolución significativa con la irrupción de los datos abiertos, como fuentes primarias de información. En el ecosistema comunicacional venezolano, la capacidad de los datos para jerarquizar los temas de debate público es fundamental, permitiendo transitar de una opinión basada en percepciones subjetivas, a una fundamentada en evidencias empíricas.

En este sentido, la cita a Casero-Ripollés (2018) es esencial para argumentar la descentralización del poder informativo. El autor sostiene que, la digitalización de la política ha permitido que nuevos actores, distintos a los medios tradicionales, influyan en la agenda mediante el uso estratégico de grandes volúmenes de datos. Bajo esta óptica, los datos abiertos actúan como mediadores, que validan o refutan las narrativas oficiales, otorgando a la ciudadanía una

herramienta técnica indispensable, para la auditoría de los asuntos de interés nacional.

La función de los datos abiertos, en la construcción de la agenda pública venezolana se manifiesta, primordialmente, a través del periodismo de datos y la investigación académica. Cuando las instituciones publican o, por el contrario, omiten datos estadísticos, ejercen un acto de poder deliberado, sobre lo que es visible o invisible para la sociedad.

Aquí cobra relevancia el planteamiento de Rodríguez-Virgili (2019), quien defiende que la transparencia informativa, es una condición *sine qua non* para una opinión pública libre. Su argumento es descriptivo, con respecto a la ausencia de datos oficiales de calidad, los cuales incentivan la proliferación de agendas paralelas basadas en la especulación. Por ende, la mediación ética de los datos implica, no solo su disponibilidad técnica, sino su capacidad funcional para generar un diálogo social informado, que trascienda la polarización política y reduzca la incertidumbre informativa.

El fenómeno de la *"intermedia agenda-setting"* en Venezuela, se ve potenciado por la circulación de bases de datos en plataformas digitales. Los datos abiertos permiten que temas relegados, de la agenda mediática convencional, como indicadores de servicios públicos o tendencias demográficas críticas; tengan especial relevancia en la esfera digital y, eventualmente, fueren una respuesta institucional.

La integración de los postulados de Casero-Ripollés y Rodríguez-Virgili, permite comprender que la exposición mediática, ya no es patrimonio exclusivo de la televisión o la prensa. Una base de datos analizada con rigor, en redes sociales puede subvertir el orden de prioridades estatal. Es, en esencia, la tecnología puesta al servicio de la presión social informada, donde el análisis de datos funciona como un mecanismo de contrapoder, frente al silencio administrativo.

Finalmente, para Cabrera (2020), la ética comunicacional exige que esta mediación sea rigurosa, para evitar que el dato sea utilizado para descontextualizar la realidad. La

construcción de la agenda pública, deja de ser un proceso unidireccional para convertirse en una negociación constante entre los flujos de datos, y la capacidad interpretativa de los actores sociales.

Este enfoque de Cabrera argumenta que, los actores sociales (grupos de presión o interés) inciden directamente en la configuración de la agenda, al exigir que los datos abiertos no sean solo publicados, sino reutilizados y distribuidos con propósito. El objetivo final de esta mediación ética, es la creación de utilidad social, trascendiendo la transparencia pasiva para alcanzar, la co-creación de políticas públicas y servicios innovadores que respondan, a las necesidades reales del entorno venezolano.

Desafíos éticos: entre la transparencia y el control narrativo en el contexto venezolano

El principal desafío ético, que enfrenta la comunicación de datos en Venezuela radica en la tensión sistémica, entre el derecho inalienable al acceso a la información y un modelo de control narrativo

fundamentado, en la opacidad deliberada. Desde la ética comunicacional, el ocultamiento de datos públicos de interés general, no debe entenderse como una simple falla administrativa, sino como una forma de desinformación que limita las relaciones entre ciudadanos y el Estado.

En este sentido, la cita a García-Marín (2021) es fundamental para comprender que, en contextos de crisis multidimensional, la ética del emisor (el Estado) se somete a una prueba de integridad, al decidir a veces de forma discrecional o a conveniencia qué datos se publican, y bajo qué condiciones de accesibilidad. La falta de actualización de series estadísticas fundamentales, como indicadores educativos, epidemiológicos, macroeconómicos o de seguridad ciudadana, impone un "silencio estadístico" que obliga a investigadores y académicos, a consultar fuentes alternas de datos obviamente no oficiales.

Este escenario exige, un manejo metodológico e innovador, por así decirlo, pues el investigador no solo

debe reconstruir la cifra, sino garantizar que dicha reconstrucción no sea instrumentalizada, manteniendo una fidelidad absoluta a la realidad que el discurso oficial no ha expuesto con oportunidad y pertinencia.

Un segundo desafío de gran envergadura, es la preservación de la integridad del dato frente a los intentos de manipulación política. La presentación de conjuntos de datos sesgados, para proyectar una realidad alternativa, constituye una transgresión ética que desvirtúa la función social de la comunicación.

De acuerdo **con López (2018)**, la transparencia no es un mero atributo técnico o estético de la gestión pública; es, ante todo, un compromiso ético con la verdad fáctica. López argumenta que, para que el dato abierto sea legítimo, debe estar sujeto a procesos de verificación independientes (auditoría ciudadana) que garanticen su fiabilidad. La construcción de agendas públicas, basadas en datos alterados no solo erosiona la credibilidad de las instituciones, sino que anula la capacidad de la

sociedad para tomar decisiones colectivas informadas, sustituyendo el debate democrático por una simulación estadística.

Como afirma Peirano (2019), la gobernanza de datos en el siglo XXI debe alcanzar un equilibrio crítico, entre la exposición transparente y la protección de la privacidad del individuo. En Venezuela, donde la digitalización de la gestión pública, ha caminado en ocasiones de la mano con mecanismos de control político, la ética comunicacional se erige como la última salvaguarda.

El desafío radica en proteger la identidad del ciudadano en las bases de datos abiertas, asegurando que la información sirva para auditar al poder, y no para que el poder vigile a la base social. La apertura de datos solo es éticamente válida, si reafirma el empoderamiento ciudadano y la democratización del conocimiento, impidiendo que la tecnocracia se transforme en un panóptico digital.

Hacia una gobernanza de datos con rostro humano: propuestas para la esfera pública nacional

La transición hacia un modelo de datos abiertos en Venezuela, no puede reducirse a una actualización de servidores o a la adopción de protocolos de software. Requiere, fundamentalmente, de una arquitectura ética que trascienda la coyuntura política. Una gobernanza adecuada, implica que los marcos de interoperabilidad sean diseñados bajo el principio de utilidad social.

Como señala Naser (2021), la gobernanza de datos en el contexto latinoamericano, debe ser evaluada bajo la lente del valor público. Esto significa que, la apertura de información debe facultar a la ciudadanía, para auditar los procesos de toma de decisiones de manera efectiva. En Venezuela, la adopción de estándares internacionales de transparencia activa no es opcional; es la garantía de que el dato sea accesible, oportuno y, sobre todo, fidedigno. Un dato que no puede ser verificado es, en esencia, un dato que no existe para la democracia.

El segundo pilar de esta propuesta, es el fomento de la alfabetización en datos (data literacy). La mera publicación de conjuntos de

datos, en portales gubernamentales es insuficiente si el cuerpo social, no posee las facultades técnicas y críticas para interpretarlos. La brecha digital no es solo de acceso, sino de comprensión.

En este sentido, la ética comunicacional se manifiesta cuando el ciudadano, deja de ser un receptor pasivo de estadísticas oficiales, para convertirse en un usuario activo. Al respecto, Valero-Quezada (2019) sostiene que, el fortalecimiento democrático ocurre cuando el individuo cuestiona y verifica, la procedencia de la información. Lo ideal entonces es, la adopción de un modelo de formación nacional vinculante, donde las universidades actúen como puentes hacia las comunidades, democratizando herramientas de análisis que permitan, a la sociedad civil incidir de forma real en la agenda pública.

En la era de la gestión pública mediada por Inteligencia Artificial, la transparencia debe extenderse a los criterios lógicos (algoritmos) con los que se procesa la información. Un ciudadano capaz de desglosar una estadística, es un actor político que

desafía la narrativa oficial y reduce el margen de maniobra de la desinformación.

La advertencia de Rincón-Cárdenas (2020), cobra especial relevancia en el caso venezolano: la gobernanza debe incluir comités de ética de datos independientes. Estos entes, integrados por académicos y miembros de la sociedad civil, tendrían la misión de auditar los sesgos inherentes, a la recolección y difusión de información.

La creación de esta instancia colegiada asegura que, la comunicación basada en datos sea un ejercicio de veracidad progresiva, y no una herramienta de manipulación narrativa. El objetivo final es blindar el ecosistema informativo, contra los riesgos de las *fake news* y el autoritarismo digital.

En consecuencia, esta gobernanza debe cimentarse en una colaboración intersectorial robusta. El Estado, universidades, empresa privada y organizaciones no gubernamentales, deben consensuar procesos de apertura que sean participativos por diseño. La apertura de datos, no debe ser entendida

como una concesión estatal unidireccional o un acto de benevolencia burocrática, sino como un proceso de construcción colectiva, para fortalecer y consolidar el tejido informativo nacional.

El rostro ético detrás del dato: la confianza como motor de la agenda pública.

A menudo pensamos en los datos abiertos, como frías hileras de números o archivos digitales de difícil acceso. Sin embargo, en el contexto venezolano, el dato es mucho más que una cifra, constituye un intento de comprender nuestra realidad compartida. Cuando la información oficial se vuelve esquiva, la ética comunicacional no desaparece, sino que se transforma.

La búsqueda de certezas: más allá de la frialdad del dato.

En un mundo saturado de ruido informativo, la verdadera moneda de cambio no es la información, sino la confianza. Castells (2009) nos recuerda que, el poder hoy no reside únicamente en quién posee la información, sino en la capacidad de

construir redes de confianza que le den sentido.

Esta dinámica es lo que Kaufman (2013) describe como un ecosistema de colaboración. Para ella, los datos abiertos no son "paquetes" que se lanzan a la web, sino medios de interacción entre las instituciones y las personas. La transparencia cobra vida solo cuando existe una fuente que se hace responsable, permitiendo que el dato sea adoptado por la comunidad para transformar su entorno. En este sentido, la agenda pública venezolana no se construye solo con estadísticas, sino con el prestigio de quienes la publican.

La ética como brújula: el compromiso de la fuente.

Es tentador creer que un dato, es una verdad absoluta y neutra. No obstante, desde la mirada de la ética latinoamericana, Restrepo (2011) nos enseña que, la ética no es un reglamento frío, sino un compromiso vital con el otro. En el escenario actual, el "capital" más valioso de un investigador o de una organización, en Venezuela es su coherencia. La

fuentes se convierte en un garante ético, si quien emite el dato ha demostrado honestidad en el tiempo, ese dato se transforma en una herramienta de cambio social.

Abrir datos en entornos complejos es, un acto de responsabilidad proactiva. No se trata simplemente de una tarea técnica, sino de proporcionar al ciudadano su derecho a saber. La fuente no solo entrega un número; entrega su reputación para que ese número pueda sostenerse frente al escrutinio y las dudas. Aquí, la ética comunicacional se vuelve tangible, pues sostiene el dato para que este no se pierda en el vacío.

Tejer la agenda pública: un diálogo entre iguales.

La comunicación en Venezuela, analizada profundamente por Bisbal (2017), nos muestra cómo los flujos de información, moldean nuestra percepción del país. Cuando el dato abierto logra romper el silencio, no solo informa; democratiza la conversación. Pero para que este diálogo sea sano, debemos evitar el riesgo de seguir ciegamente a una

fuentes solo por afinidad. La ética nos exige que, aunque confiemos en quien emite la información, el dato sea siempre auditable y transparente en su origen.

Un dato abierto con ética, es aquel que permite que cualquier ciudadano, sin importar su postura, pueda verificarlo y sentir que la realidad que describe es, efectivamente, la que vivimos todos los días.

La integración del dato en el desarrollo democrático.

La construcción de las agendas públicas, mediante datos abiertos en Venezuela demanda un modelo ético, basado en la responsabilidad compartida. La transición de la confianza, hacia la fuente no es un proceso arbitrario, sino una respuesta a la necesidad de seguridad informativa.

En conclusión, la ética comunicacional aplicada a los datos abiertos exige que los emisores, funcionen como garantes de la calidad democrática. La legitimidad de la agenda pública se fortalece, cuando los datos dejan de ser

percibidos como elementos de confrontación, y se consolidan como activos para la comprensión de la realidad social. La confianza en la fuente proporciona el marco inicial de credibilidad, pero la verificabilidad y el acceso efectivo a la información, representan el objetivo final de una gestión de datos orientada al interés público.

Conclusiones

El estudio de la ética comunicacional aplicada a los datos abiertos, en el contexto venezolano permite extraer conclusiones fundamentales, sobre la relación entre la transparencia informativa, la validación de las fuentes y la construcción de las agendas públicas.

La investigación demuestra que la gestión de datos abiertos, requiere de una doble validación ética. Por un lado, bajo el imperativo categórico de Kant, la transparencia se consolida como un deber moral absoluto, y una condición necesaria para respetar la autonomía del ciudadano. Por otro lado, la perspectiva de Scheler subraya que, la efectividad de estos datos depende de su capacidad, para

resonar con la experiencia vivida de los sujetos; un dato que contradice la realidad empírica pierde su valor axiológico, y se reduce a un elemento de desinformación. Por tanto, se concluye que la veracidad es el único camino, para una gestión de datos que respete las demandas de una sociedad que exige rendición de cuentas.

Se identifica una brecha significativa entre el andamiaje jurídico formal, con respecto a lo dispuesto en los artículos 28 y 143 de la Constitución Nacional, y la realidad operativa de las instituciones públicas. La implementación de los datos abiertos ha sido fragmentaria, lo que ha dado lugar a una "cultura de la opacidad" que limita el control social sobre la gestión pública. Esta "transparencia selectiva" o discrecionalidad en la publicación de información, genera vacíos estadísticos que restringen el ejercicio del periodismo de investigación y la labor académica, erosionando la calidad del debate en la agenda nacional.

Ante la ausencia de series estadísticas oficiales actualizadas, la

legitimidad de la fuente como centros de investigación, universidades y organizaciones civiles, actúan como el garante primordial de la veracidad del dato. No obstante, para que este vínculo de confianza sea sostenible, es imperativo que los emisores mantengan una honestidad intelectual absoluta, proporcionando metadatos claros y permitiendo la trazabilidad de la información.

La configuración de la agenda pública, mediante datos abiertos enfrenta el desafío de superar el control narrativo basado en el silencio administrativo. La ética comunicacional exige que el dato abierto, no sea utilizado de forma instrumental o manipulada, sino como un bien común destinado al empoderamiento social.

La apertura de datos debe ir acompañada de transparencia cognitiva, es decir presentar la información de forma comprensible para que el receptor pueda convertirla en conocimiento útil; rendición de cuentas algorítmica, para poder supervisar los sistemas automatizados, y mitigando riesgos asociados a los sesgos que excluyan

a sectores sociales de la narrativa oficial; privacidad y seguridad, con el objetivo de mantener un equilibrio crítico, entre la exposición transparente y la protección de los datos personales del ciudadano.

En definitiva, la ética en los datos abiertos constituye, una herramienta de democratización del conocimiento. La legitimidad de la agenda pública venezolana, se fortalecerá en la medida en que los datos se consoliden, como activos para la comprensión de la realidad social, fundamentados en la integridad de la información compartida y el respeto mutuo.

Referencias

- Almansa-Martínez, A. y Castillo-Esparcia, A. (2020). Comunicación política y datos: Un análisis desde la ética pública. Editorial Fragua.
- Aparici, R. (2018). La educación para los medios de comunicación en la era digital. Editorial UNED.
- Bisbal, M. (2017). Intervención al consumo informativo: Comunicación y política en Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello.
- Cabrera, M. (2020). Periodismo de datos y construcción de la agenda pública en entornos digitales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 121-138.
- Cañizález, A. (2021). El derecho a saber: Opacidad informativa y censura en la Venezuela contemporánea. Universidad Católica Andrés Bello.
- Casero-Ripollés, A. (2018). Estrategias de comunicación política en la era de la posverdad. Editorial UOC.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza Editorial.
- García-Avilés, J. A. (2021). Ética de la comunicación en la sociedad del Big Data. Universidad de Alicante.
- García-Marín, D. (2021). La posverdad y el control de la información: Desafíos para la comunicación ética. Tirant lo Blanch.
- Kant, I. (2012). Fundamentación de la metafísica de las costumbres (R. R. Aramayo, Ed. y Trad.).

- Alianza Editorial. (Obra original publicada en 1785).
- Kaufman, E. (2013). Ecosistemas de Gobierno Abierto. Red de Gobierno Abierto.
- León, L. (2020). Transparencia y gobierno abierto en Venezuela: Un análisis jurídico. Editorial Jurídica Venezolana.
- López, G. (2018). Ética algorítmica: El nuevo desafío de la comunicación digital. Editorial Síntesis.
- Naser, A. (2021). Gobernanza de datos para el desarrollo sostenible en América Latina. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Peirano, M. (2019). El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias. Debate.
- Ramió, C. (2019). Inteligencia artificial y administración pública: Robots y humanos compartiendo el servicio público. Editorial Catarata.
- Restrepo, J. D. (2011). La ética periodística en la era digital. Fundación Gabo.
- Rincón-Cárdenas, E. (2020). Derecho y ética de los datos: Una visión latinoamericana. Editorial Temis.
- Rodríguez-Virgili, J. (2019). La construcción de la agenda pública en un entorno multiplataforma. Editorial Tecnos.
- Scheler, M. (2001). Ética: Nuevo ensayo de fundamentación de un personalismo ético (H. Rodríguez Sanz, Trad.). Caparrós Editores. (Obra original publicada en 1913-1916).
- Transparencia Venezuela. (2022). Índice de transparencia pública: Informe anual sobre el acceso a la información. Editorial Transparencia.
- Valero-Quezada, A. (2019). Alfabetización digital y ciudadanía: El dato como herramienta de poder. Editorial Graó.

LA ÉTICA COMO DIÁLOGO EN EL RUIDO: PERIODISMO Y COMPRENSIÓN COMUNICACIONAL EN TIEMPOS DE HIPERCONECTIVIDAD

AUTORA:

CAMPOS, ANA DANIELA

RESUMEN

El presente artículo académico propone una reflexión teórica sobre la ética periodística en el contexto de la hiperconectividad contemporánea. En los entornos digitales actuales, caracterizados por la aceleración informativa, la fragmentación discursiva y la sobreabundancia de contenidos, el ejercicio del periodismo se desarrolla en medio de un ecosistema atravesado por múltiples formas de ruido comunicacional que afectan los procesos de comprensión y construcción del sentido social. Metodológicamente, el estudio se inscribe en el paradigma interpretativo, orientado bajo un enfoque cualitativo, sustentado en la hermenéutica filosófica, particularmente en los aportes de Gadamer (2001), y se desarrolla bajo la modalidad de ensayo teórico-reflexivo. Desde el mismo punto de vista metodológico, se fundamenta en el modelo circular de la comunicación propuesto por Osgood y Schramm, Sosteniendo que la ética periodística debe ser entendida como un ejercicio de mediación ética orientado a la comprensión, la contextualización y el diálogo, más que como la mera aplicación de códigos deontológicos. Los hallazgos lograron develar que en tiempos de hiperconectividad, el periodista asume el rol de intérprete del entorno y mediador cultural, responsable de reconocer el ruido comunicacional y contribuir a la construcción de sentido social, destacando la relevancia de concebir la ética como diálogo, proponiendo una mirada integradora que permita repensar el periodismo como una práctica profundamente humana, comprometida con la responsabilidad social y el bien común en la comunicación pública contemporánea.

Palabras clave: Ética periodística; hiperconectividad; ruido comunicacional; diálogo; comprensión comunicacional.

ABSTRACT

This academic article proposes a theoretical reflection on journalistic ethics within the context of contemporary hyperconnectivity. In today's digital environments, characterized by informational acceleration, discursive fragmentation, and content overabundance, journalistic practice unfolds within an ecosystem permeated by multiple forms of communicational noise that affect processes of understanding and the construction of social meaning. Methodologically, the study is framed within the interpretive paradigm, guided by a qualitative approach grounded in philosophical hermeneutics, particularly in the contributions of Hans-Georg Gadamer (2001), and is developed in the form of a theoretical-reflective essay.

From the same methodological perspective, it is also based on the circular model of communication proposed by Osgood and Schramm. It is argued that journalistic ethics should be understood as an exercise of ethical mediation oriented toward understanding, contextualization, and dialogue, rather than as the mere application of deontological codes. The findings reveal that, in times of hyperconnectivity, the journalist assumes the role of interpreter of the environment and cultural mediator, responsible for recognizing communicational noise and contributing to the construction of social meaning. The study highlights the relevance of conceiving ethics as dialogue, proposing an integrative perspective that allows journalism to be rethought as a deeply human practice, committed to social responsibility and the common good in contemporary public communication.

Keywords: Journalistic ethics; hyperconnectivity; communicational noise; dialogue; communicational understanding.

INTRODUCCIÓN

Hablar de ética periodística en la contemporaneidad implica necesariamente situarse en un campo de reflexión donde convergen principios normativos, responsabilidades sociales y desafíos emergentes derivados de las transformaciones tecnológicas. Tradicionalmente, la ética periodística ha estado orientada por principios fundamentales como la veracidad, la responsabilidad social, la objetividad, la independencia y el respeto por la dignidad humana, los cuales han servido como base para la construcción de códigos deontológicos que regulan el ejercicio profesional. Sin embargo, en el contexto actual, estos principios no pueden ser comprendidos como estructuras rígidas ni aplicados de manera mecánica; por el contrario, requieren ser reinterpretados a la luz de escenarios comunicacionales dinámicos, donde las condiciones de producción, circulación y consumo de la información han sido profundamente alteradas. En este sentido, la ética deja de ser un conjunto de normas estáticas para

configurarse como un ejercicio reflexivo, situado y dialógico, orientado a la comprensión del otro y al reconocimiento de la complejidad social.

Desde esta perspectiva, el periodismo ya no puede concebirse únicamente como una práctica informativa centrada en la transmisión de hechos, sino como un proceso interpretativo y mediador que interviene activamente en la construcción del sentido social. En la era de la hiperconectividad, caracterizada por la interconexión constante entre sujetos, plataformas y dispositivos, la comunicación se desarrolla en un entorno marcado por la aceleración informativa, la fragmentación discursiva y la sobreabundancia de contenidos, lo que configura un ecosistema donde la comprensión se ve tensionada por múltiples factores que inciden en la manera en que los mensajes son producidos, circulados e interpretados. En consecuencia, el periodista asume un rol más complejo, desplazándose de la función tradicional de emisor hacia la de intérprete del entorno y mediador

cultural, cuya responsabilidad ética se amplía en función de los efectos que sus narrativas generan en la sociedad.

En este escenario emerge con fuerza la noción de ruido comunicacional, la cual, si bien ha sido tradicionalmente asociada a interferencias técnicas en los modelos clásicos de la comunicación, adquiere en la contemporaneidad una dimensión más amplia y compleja. En ese sentido, este factor puede entenderse como el conjunto de elementos que distorsionan, fragmentan o condicionan la comprensión del mensaje, afectando la construcción del sentido social. En los entornos digitales, este fenómeno se manifiesta en diversas formas, entre las que destacan el ruido informativo, asociado a la sobrecarga de contenidos; el ruido semántico, vinculado a la ambigüedad o manipulación del lenguaje; el ruido cognitivo, relacionado con las limitaciones en los procesos de interpretación; y el ruido tecnológico, derivado de la mediación algorítmica y de la automatización de contenidos, incluyendo aquellos generados por

inteligencia artificial. De este modo, esta variable deja de ser una simple interferencia para convertirse en un fenómeno estructural del ecosistema comunicacional contemporáneo.

Asimismo, la hiperconectividad amplifica tanto las posibilidades de interacción como las distorsiones del proceso comunicacional, dado que la circulación acelerada de información, la lógica de la inmediatez y la participación activa de las audiencias contribuyen a un entorno donde la atención se fragmenta y la comprensión tiende a superficializarse; en este contexto, se hace evidente la necesidad de repensar la ética periodística desde una perspectiva que trascienda lo normativo y se sitúe en el terreno de la mediación, la interpretación y el diálogo. En consecuencia, el modelo circular de la comunicación propuesto por Osgood y Schramm (1954) resulta particularmente pertinente, al concebir la comunicación como un proceso dinámico en el que emisor y receptor intercambian roles de manera constante, reconociendo la importancia de la retroalimentación y

de la construcción compartida de significados.

A partir de este enfoque, la noción de diálogo se posiciona como un principio ético fundamental, en tanto implica apertura a la alteridad, disposición a la escucha y reconocimiento de la pluralidad de sentidos. Desde la hermenéutica filosófica, comprender es siempre interpretar, y toda interpretación está condicionada por el contexto histórico y cultural en el que se produce; en consecuencia, el ejercicio periodístico se configura como una práctica interpretativa que exige responsabilidad ética, ya que no solo transmite información, sino que construye narrativas que inciden en la manera en que la sociedad comprende la realidad. En tiempos de hiperconectividad, esta responsabilidad se intensifica, debido a que la multiplicación de voces, la democratización de la producción de contenidos y la lógica algorítmica que rige la visibilidad de la información generan un escenario donde la verdad se encuentra en constante disputa.

Frente a este panorama, se hace necesario recuperar la ética periodística como un espacio de mediación orientado a la comprensión y al diálogo, lo que implica no solo reconocer las condiciones del entorno comunicacional, sino también asumir una postura reflexiva frente al impacto de los discursos en la construcción del tejido social; de este modo, la ética, concebida como diálogo, permite repensar el periodismo como una práctica profundamente humana, capaz de resistir las distorsiones del ruido comunicacional y de contribuir a la construcción de sentido en contextos marcados por la complejidad y la incertidumbre.

En este marco, el presente estudio se propone analizar la ética periodística como un proceso dialógico en tiempos de hiperconectividad, considerando la incidencia del ruido comunicacional en la comprensión del ejercicio periodístico contemporáneo; en consecuencia, se busca generar una reflexión teórica que permita repensar el rol del periodista como mediador ético, intérprete del entorno y agente

activo en la construcción del sentido social, aportando así a las discusiones actuales en el campo de las Ciencias de la Comunicación.

Metodología

El presente estudio se inscribe en el paradigma interpretativo, el cual permite comprender la realidad social como un entramado de significados contruidos en la interacción simbólica y mediada por el lenguaje. Desde esta perspectiva, la comunicación no se reduce a un proceso de transmisión de información, sino que se configura como una experiencia de producción de sentido que exige ser comprendida e interpretada en función de los contextos históricos, culturales y sociales en los que se desarrolla. En este sentido, se asume la postura de Vasilachis (2006), quien plantea que la realidad social es una construcción intersubjetiva que solo puede ser abordada desde la interpretación situada de los discursos y prácticas sociales (pp. 35).

En correspondencia con este posicionamiento epistemológico, el

estudio se orienta bajo un enfoque cualitativo, sustentado en la hermenéutica filosófica, particularmente en los aportes de Gadamer (2001), quien sostiene que todo proceso de comprensión está atravesado por la historicidad del intérprete y por el horizonte de sentido desde el cual se interpreta la realidad. Desde esta perspectiva, comprender implica interpretar, reconociendo que el conocimiento no se produce de manera objetiva y neutral, sino en el marco de una relación dinámica entre el sujeto y el fenómeno estudiado.

Metodológicamente, el trabajo se orienta bajo un diseño documental de carácter teórico-reflexivo, fundamentado en la revisión y análisis de literatura académica proveniente de fuentes especializadas en el campo de las Ciencias de la Comunicación. Este enfoque permite articular categorías conceptuales como ética, hiperconectividad y ruido comunicacional, con el propósito de comprender e interpretar su incidencia en el ejercicio periodístico contemporáneo.

Asimismo, el análisis se apoya en el modelo circular de la comunicación propuesto por Osgood y Schramm (1954), el cual concibe la comunicación como un proceso dinámico de intercambio de significados, donde emisor y receptor alternan sus roles de manera constante. Este modelo resulta pertinente para interpretar el periodismo en entornos de hiperconectividad, en tanto permite reconocer la interacción continua entre periodistas, audiencias y plataformas digitales en la construcción del sentido social.

**La ética como diálogo en el ruido:
periodismo y comprensión
comunicacional en tiempos de
hiperconectividad**

Abordar la ética periodística en el contexto contemporáneo implica trascender su comprensión tradicional como un conjunto de normas prescriptivas orientadas a regular la conducta profesional; en su lugar, se hace necesario concebirla como una práctica relacional, situada y profundamente dialógica, que se configura en la interacción entre

sujetos, discursos y contextos. Si bien los códigos deontológicos han cumplido históricamente una función orientadora, su alcance resulta limitado frente a la complejidad de los entornos comunicacionales actuales, caracterizados por la hiperconectividad, la aceleración informativa y la multiplicación de voces. En consecuencia, la ética periodística se redefine como un ejercicio reflexivo que no solo orienta la acción, sino que también interpela la manera en que se construyen, interpretan y legitiman los significados en la esfera pública.

Desde una perspectiva teórica, esta reconceptualización encuentra sustento en los planteamientos de Habermas (1999), quien, a través de la ética del discurso, sostiene que la validez de las acciones comunicativas se fundamenta en la posibilidad de alcanzar entendimientos mediante el diálogo. En el ámbito periodístico, esta premisa implica reconocer que la ética no se agota en la verificación de hechos, sino que se expresa en la capacidad del periodista para generar condiciones de comprensión, propiciar la deliberación y asumir la

responsabilidad de sus narrativas en contextos socialmente diversos.

En este sentido, la comunicación entendida como proceso dialógico refuerza la idea de que el sentido no es impuesto de manera unidireccional, sino construido en la interacción. El modelo circular propuesto por Osgood y Schramm (1954) permite comprender esta dinámica al plantear que emisor y receptor intercambian roles de manera constante, generando procesos de codificación y decodificación simultáneos. En entornos de hiperconectividad, esta circularidad se intensifica, haciendo visible la participación activa de las audiencias en la resignificación de los mensajes y, por tanto, ampliando el campo de responsabilidad ética del periodismo.

Ahora bien, este ejercicio dialógico se desarrolla en un entorno profundamente atravesado por el ruido comunicacional, el cual debe ser entendido no solo como una interferencia técnica, sino como un fenómeno multidimensional que incide en la comprensión del mensaje. En la contemporaneidad, el

ruido se manifiesta a través de la sobreabundancia informativa, la fragmentación discursiva, la polarización ideológica y la mediación algorítmica, configurando un escenario donde la construcción del sentido social se ve constantemente tensionada. En esta línea, investigaciones como las de Lewandowsky (2012) han evidenciado cómo la desinformación y la saturación de contenidos afectan los procesos cognitivos de las audiencias, dificultando la interpretación crítica de la información.

A esta complejidad se suma la irrupción de tecnologías basadas en inteligencia artificial, las cuales introducen nuevas formas de producción y circulación de contenidos. Lejos de constituir únicamente herramientas neutrales, estas tecnologías participan activamente en la configuración del ecosistema comunicacional, amplificando tanto las posibilidades de acceso a la información como los riesgos asociados a la automatización del discurso. Como Carlson (2018), la transformación digital del periodismo

redefine las nociones de autoridad y credibilidad, situando al periodista en un escenario donde debe negociar constantemente el valor de la información frente a múltiples fuentes, muchas de ellas no verificadas o generadas automáticamente. (pp.1756)

Desde esta perspectiva, la ética periodística como diálogo se presenta como una respuesta necesaria frente a las distorsiones del ruido comunicacional. No se trata únicamente de resistir la desinformación, sino de generar marcos interpretativos que permitan a las audiencias comprender la complejidad de los fenómenos sociales. En este punto, la propuesta de Ward (2010) resulta particularmente relevante al plantear que la ética del periodismo en contextos globales debe ser entendida como una práctica contextual, deliberativa y orientada al bien común.

Asimismo, autores como Couldry (2012) subrayan que los medios no solo informan, sino que configuran formas de relación social, lo que implica que toda narrativa

mediática conlleva una dimensión ética en tanto legitima ciertas voces y excluye otras. En consecuencia, el periodismo se configura como un espacio de mediación donde se negocian significados, se construyen representaciones y se definen marcos de interpretación que inciden directamente en la vida social.

En este sentido, la ética como diálogo adquiere una dimensión profundamente humanizadora, en la medida en que sitúa al otro en el centro del proceso comunicacional. Comprender no implica únicamente acceder a información, sino reconocer la alteridad, abrirse a la diferencia y asumir la responsabilidad de interpretar la realidad desde una perspectiva situada. Este enfoque, en consonancia con la hermenéutica filosófica, permite comprender el periodismo como una práctica interpretativa que exige sensibilidad ética frente a los contextos, los sujetos y los discursos que conforman la realidad social.

En definitiva, pensar la ética periodística como diálogo en medio del ruido comunicacional permite reconfigurar el rol del periodista en la

era de la hiperconectividad. Más allá de la producción de contenidos, su función radica en mediar, interpretar y contribuir a la construcción del sentido social en contextos marcados por la incertidumbre, la velocidad y la saturación informativa. De este modo, la ética deja de ser un marco normativo externo para convertirse en una práctica viva, situada y relacional, orientada a la comprensión, la responsabilidad social y la construcción del bien común en la comunicación pública contemporánea.

Bajo esta narrativa, el ruido comunicacional, lejos de ser comprendido exclusivamente como una interferencia técnica dentro del proceso de transmisión de información, debe ser abordado como un fenómeno complejo de naturaleza simbólica, social y tecnológica, cuya incidencia se manifiesta en la construcción, mediación e interpretación de los significados en la comunicación contemporánea. En este sentido, reducir el ruido a una distorsión del mensaje implica desconocer su carácter estructural dentro de los entornos

comunicacionales actuales, particularmente en contextos atravesados por la hiperconectividad y la sobreproducción de contenidos. Desde esta perspectiva, el ruido no solo altera la claridad del mensaje, sino que configura activamente las condiciones bajo las cuales dicho mensaje es comprendido.

Dicha perspectiva, resulta pertinente retomar el modelo circular de la comunicación propuesto por Osgood y Schramm (1954), quienes plantean que la comunicación constituye un proceso dinámico de intercambio de significados en el que emisor y receptor alternan sus roles de manera constante (pp. 10). En consecuencia, el ruido no puede ser concebido como un elemento externo al proceso comunicativo, sino como una condición inherente a la interacción simbólica, en tanto interviene en los procesos de codificación, decodificación e interpretación del mensaje. De este modo, la comunicación se configura como un espacio de negociación de sentidos donde el ruido participa activamente en la construcción de la realidad social.

En continuidad con lo anterior, la dimensión simbólica del ruido se expresa en la pluralidad de interpretaciones que emergen a partir de un mismo mensaje, lo cual responde a la diversidad de marcos culturales, experiencias previas y horizontes de sentido de los sujetos. Desde la hermenéutica filosófica de Gadamer (2001), comprender implica necesariamente interpretar, reconociendo que todo acto de comprensión está mediado por prejuicios, tradiciones y contextos históricos (pp. 302). En este sentido, el ruido no distorsiona únicamente el mensaje, sino que evidencia la imposibilidad de una interpretación única y objetiva, reforzando su carácter constitutivo dentro del proceso comunicacional.

Ahora bien, esta dimensión simbólica se articula con una dimensión social del ruido, en tanto los procesos comunicativos se desarrollan en contextos atravesados por relaciones de poder, dinámicas de inclusión y exclusión, así como por estructuras mediáticas que condicionan la circulación de los discursos. En este punto, Couldry

(2012) sostiene que los medios no solo transmiten información, sino que configuran formas de relación social y legitiman determinadas voces sobre otras (pp. 15). En consecuencia, el ruido también puede ser comprendido como una manifestación de las tensiones sociales que inciden en la visibilidad, jerarquización y credibilidad de los discursos en el espacio público.

De manera complementaria, en el contexto de la hiperconectividad, el ruido adquiere una dimensión tecnológica que transforma significativamente los procesos de producción, circulación y consumo de la información. La irrupción de plataformas digitales, algoritmos y sistemas basados en inteligencia artificial ha intensificado la velocidad y el volumen de contenidos, generando escenarios de sobreinformación que dificultan la capacidad de las audiencias para discernir, interpretar y validar los mensajes. En esta línea, estudios como los de Lewandowsky (2012) evidencian que la exposición constante a información contradictoria o falsa afecta los procesos cognitivos,

incrementando la confusión y debilitando la interpretación crítica (pp. 112).

En consecuencia, el ruido comunicacional en la era digital no debe ser entendido únicamente como una interferencia accidental, sino como una condición estructural del ecosistema mediático contemporáneo. Esta condición redefine la manera en que se construye el sentido social, en tanto introduce múltiples capas de mediación que complejizan la relación entre emisor, mensaje y receptor. Así, el ruido deja de ser un obstáculo para convertirse en un elemento constitutivo de la comunicación, cuya comprensión resulta fundamental para analizar las dinámicas del periodismo en contextos de hiperconectividad.

En tal sentido, abordar el ruido como fenómeno simbólico, social y tecnológico permite no solo ampliar su comprensión teórica, sino también reconocer su impacto en la configuración de la realidad comunicacional contemporánea. En este sentido, el análisis del ruido se convierte en una herramienta clave

para interpretar los desafíos del periodismo actual, particularmente en lo que respecta a la construcción de sentido, la mediación de la información y la responsabilidad ética en entornos caracterizados por la saturación informativa y la incertidumbre interpretativa.

Hiperconectividad y transformación del rol del periodista

La hiperconectividad constituye uno de los rasgos más significativos del ecosistema comunicacional contemporáneo, en tanto la interconexión permanente entre sujetos, dispositivos y plataformas ha transformado profundamente las dinámicas de producción, circulación y consumo de la información, redefiniendo de manera sustancial el rol tradicional del periodista. En este escenario, el profesional de la comunicación deja de operar como un emisor privilegiado de contenidos para configurarse como un actor inmerso en una red compleja de interacciones, interpretaciones y procesos de retroalimentación constante, lo que implica una

reconfiguración de su función dentro del sistema mediático.

Desde este punto de vista, si bien la hiperconectividad amplía el acceso a la información y contribuye a la democratización de la producción de contenidos, también introduce nuevas tensiones éticas y profesionales que inciden directamente en el ejercicio periodístico. Al respecto, Jenkins (2008) señala que la cultura de la convergencia ha dado lugar a audiencias participativas que no solo consumen información, sino que la remezclan, la comentan y la redistribuyen (pp. 3). En consecuencia, esta participación activa transforma la relación entre periodistas y públicos, exigiendo el desarrollo de nuevas competencias interpretativas, críticas y comunicacionales.

En continuidad con lo anterior, el periodista contemporáneo se enfrenta al desafío de ejercer su función mediadora en un entorno donde la autoridad informativa se encuentra constantemente cuestionada. En esta línea, Carlson (2017) sostiene que el periodismo

atraviesa una crisis de legitimidad derivada tanto de los cambios tecnológicos como de la pérdida de confianza en las instituciones mediáticas (pp. 5). En efecto, la multiplicación de voces y canales de información no solo diversifica el ecosistema comunicacional, sino que obliga al periodista a redefinir su rol, no como garante absoluto de la verdad, sino como facilitador de procesos de comprensión en contextos marcados por la incertidumbre informativa.

Desde una perspectiva ética, esta transformación implica asumir una responsabilidad interpretativa ampliada, en tanto el periodista no se limita a seleccionar y jerarquizar información, sino que también la contextualiza, la explica y establece formas de diálogo con audiencias diversas. En este marco, el modelo circular de Osgood y Schramm (1954) resulta particularmente pertinente al concebir la comunicación como un proceso dinámico de intercambio de significados (pp. 10), siendo que la hiperconectividad intensifica esta circularidad al hacer visible la retroalimentación inmediata y la

resignificación constante de los mensajes en el entorno digital.

Ahora bien, la velocidad informativa asociada a estos entornos introduce tensiones significativas entre la inmediatez y la profundidad del ejercicio periodístico. En este contexto, Han (2014) advierte que la sociedad digital privilegia la rapidez y una transparencia aparente en detrimento de la reflexión y del silencio necesarios para la comprensión (pp. 21). En consecuencia, esta lógica impone al periodismo el riesgo de reducir la práctica informativa a una sucesión de estímulos efímeros, debilitando su función interpretativa y, por ende, su dimensión ética.

No obstante, y en contraste con estas tensiones, la hiperconectividad también ofrece oportunidades para resignificar el ejercicio periodístico desde una perspectiva relacional. En efecto, al posibilitar una mayor interacción con las audiencias, se abren espacios para el diálogo, la escucha activa y la construcción colectiva del sentido. En este sentido, Couldry Hepp (2017) destacan que los medios, en la era

digital, participan en la configuración de mundos sociales mediados, donde la comunicación se concibe como un proceso relacional y no meramente instrumental (pp. 15). De este modo, el periodista puede asumir un rol activo como mediador cultural, capaz de articular voces, contextualizar conflictos y promover la comprensión en escenarios complejos.

Por lo tanto, la hiperconectividad no solo transforma las condiciones técnicas del periodismo, sino que redefine su dimensión ética y comunicacional, configurando al periodista contemporáneo como un intérprete del entorno digital cuya responsabilidad no radica únicamente en informar con rapidez, sino en contribuir a la comprensión, la contextualización y el diálogo en medio de la complejidad informativa. Así, esta transformación reafirma la necesidad de concebir la ética periodística como una práctica dialógica, situada y profundamente humana, orientada a la construcción de sentido en contextos de alta densidad comunicacional.

El periodismo como mediación ética en entornos digitales

En los entornos digitales contemporáneos, el periodismo se configura progresivamente como una práctica de mediación ética, en la medida en que actúa como un puente interpretativo entre acontecimientos complejos, discursos fragmentados y audiencias diversas. Esta función mediadora adquiere especial relevancia en un contexto marcado por la hiperconectividad, la sobreinformación y el ruido comunicacional, donde la comprensión de la realidad social se encuentra constantemente tensionada por flujos informativos desordenados y narrativas en disputa, lo que exige una intervención profesional orientada no solo a informar, sino a facilitar procesos de comprensión.

Al respecto, la noción de mediación ha sido ampliamente desarrollada en el campo de la comunicación como un proceso que trasciende la simple intermediación técnica. Al respecto, Martín-Barbero (2003) sostiene que las mediaciones

constituyen espacios donde se articulan cultura, comunicación y poder, permitiendo la negociación y resignificación de los sentidos sociales (pp. 16). Desde esta perspectiva, el periodismo no se limita a transmitir información, sino que interpreta, contextualiza y traduce los acontecimientos, incidiendo directamente en la manera en que la sociedad construye sentido sobre su entorno.

Ahora bien, en los entornos digitales, esta mediación adquiere niveles de complejidad superiores debido a la multiplicación de plataformas, la convergencia de formatos y la participación activa de las audiencias. En esta línea, Deuze y Witschge(2018) señalan que el periodismo contemporáneo se desarrolla en un ecosistema fluido en el que la autoridad narrativa del periodista se encuentra en constante negociación (pp. 168). En consecuencia, esta transformación no implica la desaparición de la mediación, sino su reconfiguración, resurgiendo como una mediación ética que exige al periodista asumir una postura reflexiva frente a la

circulación de discursos y al impacto social de las narrativas mediáticas.

Desde esa perspectiva, esta mediación se expresa como una práctica dialógica orientada a la construcción de marcos interpretativos que favorezcan la comprensión en lugar de la confusión. En este contexto, Silverstone (2007) plantea que los medios poseen una responsabilidad moral en la manera en que representan al otro, especialmente en escenarios atravesados por conflictos, desigualdades o condiciones de vulnerabilidad (p p. 47). Por tanto, dicha responsabilidad no se limita a evitar la desinformación, sino que implica un compromiso activo con la justicia simbólica, el reconocimiento de la alteridad y la construcción de narrativas que contribuyan a una comprensión más ética de la realidad social.

En continuidad con lo anterior, el periodismo como mediación ética se enfrenta al desafío de resistir las lógicas de simplificación y espectacularización propias del entorno digital, las cuales, impulsadas por la inmediatez y la búsqueda de

visibilidad, tienden a privilegiar narrativas fragmentadas que reducen la complejidad de los fenómenos sociales. Frente a esta tendencia, la mediación ética exige recuperar la contextualización, el análisis y la pluralidad de voces como estrategias fundamentales para contrarrestar el ruido comunicacional y promover una comprensión más profunda y situada de la realidad.

Asimismo, esta mediación ética adquiere una dimensión política en tanto contribuye a la configuración de la esfera pública. En este sentido, Habermas (1999) sostiene que la comunicación orientada al entendimiento constituye un requisito fundamental para la deliberación democrática (p p. 73). En los entornos digitales contemporáneos, donde la polarización y la desinformación afectan la calidad del debate público, el periodismo asume la responsabilidad de facilitar espacios de diálogo que favorezcan la argumentación racional, el intercambio de perspectivas y el respeto por la diversidad, consolidándose así como un actor clave en la construcción de una

esfera pública más reflexiva y democrática.

Comprensión, interpretación y construcción del sentido en la comunicación contemporánea

La comprensión constituye uno de los núcleos fundamentales del proceso comunicacional, particularmente en un contexto caracterizado por la fragmentación discursiva y la sobreabundancia informativa. En la comunicación contemporánea, comprender no se limita a la recepción pasiva de información, sino que implica un proceso activo de interpretación mediante el cual los sujetos integran los mensajes en marcos de sentido, relacionándolos con sus experiencias, valores y contextos socioculturales. En este sentido, la comprensión adquiere una dimensión profundamente interpretativa que resulta central para el periodismo, en tanto práctica discursiva orientada a la construcción del sentido social en entornos complejos.

Continuando con la idea anterior, el periodismo participa activamente en este proceso de

construcción de sentido al ofrecer narrativas que organizan la experiencia social y orientan la interpretación de los acontecimientos. Al respecto, Hall (1997) sostiene que los discursos mediáticos no reflejan la realidad de manera neutral, sino que la representan a través de sistemas de significación que influyen en la manera en que los sujetos comprenden el mundo (pp. 25). En consecuencia, toda representación mediática implica una toma de posición ética, en tanto privilegia determinados marcos interpretativos sobre otros, configurando así modos específicos de entender la realidad social.

En tal sentido, en la era de la hiperconectividad, la construcción del sentido se ve tensionada por la presencia constante del ruido comunicacional y por la aceleración de los flujos informativos. En este contexto, la circulación intensiva de mensajes fragmentados dificulta la elaboración de interpretaciones profundas y favorece lecturas superficiales o predominantemente emocionales. En esta línea, Han (2014) advierte que la saturación

informativa genera formas de cansancio cognitivo que debilitan la capacidad de reflexión y comprensión crítica (pp. 21). En consecuencia, el periodismo enfrenta el desafío de construir narrativas que no solo informen, sino que contribuyan activamente a la comprensión de la complejidad social.

Desde una perspectiva comunicacional, la comprensión se construye en la interacción dinámica entre emisor, mensaje y receptor, lo que permite entender la comunicación como un proceso relacional y no lineal. En este marco, el modelo circular propuesto por Osgood y Schramm (1954) resulta particularmente pertinente al concebir la comunicación como un intercambio constante de significados donde la interpretación y la retroalimentación ocupan un lugar central (p p. 10). En los entornos digitales contemporáneos, esta circularidad se intensifica, haciendo visible la manera en que los mensajes periodísticos son resignificados por las audiencias a través de prácticas como la interacción, la réplica y la recontextualización.

Del mismo modo, la construcción del sentido no puede ser entendida como un proceso individual, sino como una dinámica socialmente configurada. Desde esta perspectiva, Berger y Luckmann (1991) sostienen que la realidad social se construye mediante procesos de interacción y comunicación que legitiman determinados significados como socialmente válidos (pp. 36). En consecuencia, el periodismo, al participar en estos procesos de legitimación simbólica, contribuye tanto a la institucionalización de ciertos relatos como a la marginación de otros, lo que refuerza su responsabilidad ética en la producción discursiva.

En continuidad con lo anterior, la comprensión comunicacional se vincula estrechamente con una ética del diálogo, en tanto comprender al otro implica reconocer su horizonte de sentido y abrirse a la posibilidad de la diferencia. Desde esta perspectiva, la comunicación no se limita a la transmisión de información, sino que se configura como un espacio de encuentro donde se

negocian significados y se construyen formas de entendimiento mutuo. En consecuencia, el periodismo, en su dimensión interpretativa, asume el reto de facilitar estos procesos de comprensión en contextos atravesados por el ruido, la hiperconectividad y la complejidad social, consolidándose como un actor clave en la construcción de sentido en la contemporaneidad.

Discusión

Los hallazgos teóricos del presente estudio permiten comprender que el periodismo contemporáneo no puede ser abordado desde una lógica lineal de transmisión de información, sino como un proceso complejo de mediación, interpretación y construcción de sentido, profundamente condicionado por la hiperconectividad y el ruido comunicacional. En este marco, la ética deja de constituirse como un conjunto de normas externas para posicionarse como una práctica relacional y situada que emerge en la interacción entre actores, discursos y contextos, lo que implica una

reconfiguración sustancial del ejercicio periodístico en la era digital.

Bajo esta perspectiva, al articular los planteamientos de Habermas (1999) con la noción de mediación desarrollada por Jesús Martín-Barbero, se evidencia que la ética periodística adquiere una dimensión dialógica en tanto se vincula con la construcción de espacios de entendimiento en contextos marcados por la fragmentación discursiva. Tal como plantea Habermas, la comunicación orientada al entendimiento constituye la base de la vida social (pp. 73), mientras que Martín-Barbero (2003) enfatiza que los procesos comunicacionales están mediados por estructuras culturales y de poder (p. p. 16). En consecuencia, el periodismo se configura como un espacio donde no solo circula información, sino donde se negocian significados, se legitiman discursos y se construyen formas de comprensión social.

Por lo tanto, al incorporar la categoría de ruido comunicacional como eje interpretativo, el análisis permite superar su concepción

tradicional como interferencia técnica para comprenderlo como un fenómeno estructural que incide en la producción y circulación del sentido. En este punto, el modelo circular de Osgood y Schramm (1954) resulta clave, al evidenciar que la comunicación es un proceso dinámico donde la interpretación y la retroalimentación son permanentes (pp. 10). Desde esta perspectiva, el ruido no interrumpe la comunicación, sino que forma parte de ella, condicionando las posibilidades de comprensión en contextos de alta densidad informativa.

En correspondencia con lo anterior, la hiperconectividad intensifica estas dinámicas al multiplicar los canales, acelerar los flujos informativos y ampliar la participación de las audiencias, lo que transforma radicalmente las condiciones de producción y recepción de los mensajes. Como señala Jenkins (2008), las audiencias contemporáneas participan activamente en la circulación de contenidos, generando procesos de resignificación constante (p p. 3). No obstante, esta misma participación

introduce tensiones relacionadas con la desinformación, la fragmentación discursiva y la pérdida de autoridad informativa, tal como advierte Carlson (2017) al referirse a la crisis de legitimidad del periodismo en entornos digitales (pp. 5).

Desde una perspectiva crítica, estos elementos permiten sostener que el periodismo contemporáneo se encuentra en una tensión permanente entre la inmediatez y la comprensión, entre la visibilidad y la profundidad, lo que redefine su función social. En este contexto, las advertencias de Han (2014) sobre la saturación informativa y el debilitamiento de la reflexión resultan especialmente pertinentes, al señalar que la sobreexposición a información reduce la capacidad de análisis crítico (pp. 21). En consecuencia, el desafío del periodismo no radica únicamente en informar con rapidez, sino en generar condiciones que favorezcan la interpretación y el entendimiento en medio del ruido comunicacional.

En este punto, la construcción del sentido emerge como una categoría central para comprender el rol del periodismo en la

contemporaneidad. Tal como plantean Berger y Luckmann (1991), la realidad social es el resultado de procesos de interacción que legitiman determinados significados (pp. 36). En consecuencia, el periodismo, al participar en estos procesos, no solo informa, sino que contribuye activamente a la configuración de la realidad social, lo que refuerza su responsabilidad ética en la producción discursiva.

A partir de esta articulación teórica, se propone comprender el periodismo como una práctica de mediación ética orientada a la construcción del sentido en contextos de hiperconectividad y ruido comunicacional. Esta perspectiva permite superar visiones instrumentales del periodismo para situarlo como un proceso interpretativo que exige responsabilidad, reflexividad y compromiso con la comprensión social. En este sentido, la ética no se presenta como un marco normativo externo, sino como una práctica viva que se construye en la interacción y que orienta la producción de discursos en función del bien común.

En definitiva, la discusión permite sostener que el principal desafío del periodismo contemporáneo radica en su capacidad para actuar como mediador en contextos de alta complejidad comunicacional, donde el ruido, la hiperconectividad y la saturación informativa reconfiguran las condiciones de producción del sentido. Así, el periodista se posiciona como un intérprete del entorno digital, cuya función no se limita a transmitir información, sino a contribuir a la construcción de marcos de comprensión que permitan a las audiencias interpretar críticamente la realidad social.

Referencias

- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *La construcción social de la realidad* (18.^a ed.). Editorial Amorrortu.
- Buber, M. (2006). *Yo y tú*. Editorial Nueva Visión.
- Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: Essays on media and society* (Rev. ed.). Routledge Editores.

- Carlson, M. (2017). *Journalistic authority: Legitimizing news in the digital era*. Columbia University Press.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Editorial Alianza.
- Christians, C. G., Glasser, T. L., McQuail, D., Nordenstreng, K., & White, R. A. (2010). *Normative theories of the media: Journalism in democratic societies*. University of Illinois Press.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Debord, G. (2012). *La sociedad del espectáculo* (3.^a ed.). Pre-Textos.
- Deuze, M., & Witschge, T. (2018). Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. *Journalism*, 19(2), 165–181.
<https://doi.org/10.1177/1464884916688550>
- Flick, U. (2015). *El diseño de la investigación cualitativa*. Morata.
- Gadamer, H.-G. (2001). *Verdad y método* (11.^a ed.). Ediciones Sígueme.
- Habermas, J. (1999). *Teoría de la acción comunicativa* (Vols. 1–2). Taurus.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Han, B.-C. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369.
<https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Martín-Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y*

- hegemonía. Convenio Andrés Bello.
- Osgood, C. E., & Schramm, W. (1954). A model of communication. *Public Opinion Quarterly*, 18(1), 3–15. <https://doi.org/10.1086/266513>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. CLACSO.
- Schütz, A. (1974). *El problema de la realidad social*. Amorrotu.
- Silverstone, R. (2007). *Media and morality: On the rise of the mediapolis*. Polity Press.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (2002). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa.
- Ward, S. J. A. (2010). *Global journalism ethics*. McGill-Queen's University Press.

TURISMO Y SEMIÓTICA: EL ARRAIGO COMO ANCLAJE A LA CULTURA VENEZOLANA

AUTOR:

VILLARROEL, DUANNY DANIEL

Resumen

El presente ensayo reflexivo explora la intersección entre turismo, semiótica y cultura en Venezuela, enfatizando cómo el arraigo funciona como un anclaje simbólico que sostiene la identidad cultural del país. Se argumenta que el turismo no es únicamente un fenómeno económico, sino un proceso comunicacional y semiótico, en el que los signos culturales (paisajes, prácticas, rituales y expresiones simbólicas) son interpretados, resignificados y transmitidos tanto a visitantes como a comunidades locales. El arraigo se presenta como un elemento central que garantiza la continuidad de significados, la coherencia de la experiencia cultural y la preservación de la memoria colectiva frente a los desafíos de la globalización y la movilidad social. La reflexión se apoya en la teoría semiótica, la antropología cultural y los estudios de comunicación, integrando autores clásicos y contemporáneos como Geertz, Peirce, Relph y Tuan. Se concluye que el arraigo no solo refuerza la identidad cultural venezolana, sino que constituye un recurso estratégico para la construcción de experiencias turísticas auténticas y sostenibles.

Palabras claves: Turismo cultural, semiótica, arraigo, identidad cultural, comunicación, experiencia turística

Abstract

This reflective essay examines the intersection of tourism, semiotics, and culture in Venezuela, highlighting how rootedness functions as a symbolic anchor that sustains the country's cultural identity. Tourism is conceptualized not merely as an economic phenomenon but as a communicative and semiotic process in which cultural signs (landscapes, practices, rituals, and symbolic expressions) are interpreted, re-signified, and transmitted to both visitors and local communities. Rootedness emerges as a central element that ensures the continuity of meaning, the coherence of cultural experiences, and the preservation of collective memory in the face of globalization and social mobility. The discussion draws on semiotic theory, cultural anthropology, and communication studies, incorporating classical and contemporary authors such as Geertz, Peirce, Relph, and Tuan. The essay concludes that rootedness not only reinforces Venezuelan cultural identity but also serves as a strategic resource for constructing authentic and sustainable tourism experiences.

Keywords: Cultural tourism, semiotics, rootedness, cultural identity, communication, tourist experience

TURISMO Y SEMIÓTICA: EL ARRAIGO COMO ANCLAJE A LA CULTURA VENEZOLANA

El turismo contemporáneo se ha transformado progresivamente en un fenómeno cultural complejo que trasciende la lógica instrumental del desplazamiento y del consumo recreativo, para insertarse en el entramado simbólico de las sociedades modernas como una práctica comunicacional, interpretativa y profundamente semiótica. En este marco, el turismo no puede comprenderse únicamente como una actividad económica o una industria de servicios, sino como un espacio de producción, circulación y negociación de significados donde los territorios, las comunidades y las identidades se convierten en textos culturales susceptibles de ser leídos, interpretados y resignificados.

Desde esta perspectiva, la semiótica ofrece un marco teórico fundamental para analizar el turismo como una experiencia de sentido, en

la que el arraigo cultural opera como un anclaje simbólico que articula identidad, memoria y pertenencia, especialmente en contextos como el venezolano, caracterizados por una profunda diversidad cultural y una fuerte carga histórica y simbólica.

La semiótica entendida como la disciplina que estudia los signos y los procesos de significación, permite comprender cómo las prácticas sociales se organizan en sistemas simbólicos que comunican valores, creencias y visiones del mundo (Peirce, 1931–1958; Chandler, 2007). En este sentido la cultura puede concebirse como una red de significados compartidos que orientan la experiencia humana y estructuran la vida social (Geertz, 1973).

El turismo al insertar al visitante en un espacio cultural ajeno, activa procesos de interpretación en los que los signos del territorio (paisajes, rituales, lenguajes, expresiones artísticas y formas de vida) adquieren sentido en función de marcos simbólicos previos y experiencias

vividas. Así, cada experiencia turística constituye un acto comunicacional en el que se ponen en juego códigos culturales, expectativas, narrativas e imaginarios que configuran la percepción del destino.

El turismo contemporáneo se entiende cada vez más como un fenómeno cultural y comunicacional, en donde la semiótica (la ciencia de los signos y la significación) ofrece una perspectiva privilegiada para comprender cómo se construyen y se interpretan las experiencias turísticas. Lejos de ser un simple desplazamiento físico, el turismo implica un proceso de lectura activa de paisajes, culturas y símbolos que articulan identidad, tradición y memoria colectiva. En este sentido la semiótica no solo analiza signos aislados, sino que revela las estructuras profundas de significado que median entre los destinos, los turistas y las comunidades receptoras.

Estudios semióticos en turismo han destacado que cada elemento de un destino (ya sea visual, verbal o experiencial) funciona como un signo

que porta sentido (Santos & Marques, 2012) y que condiciona la percepción y la conducta del visitante en contextos tan diversos como la promoción de destinos, la interpretación de culturas locales y la comunicación publicitaria del turismo.

En Venezuela, un país de enorme diversidad geográfica y cultural, el turismo se encuentra imbricado en procesos simbólicos complejos que dialogan con la historia, la memoria social y las representaciones culturales populares. La semiótica aplicada al turismo permite interpretar cómo ciertos lugares y experiencias son leídos por los visitantes como signos de autenticidad, exotismo o identidad nacional.

Según Santos y Marques (2012) la experiencia turística puede entenderse como una construcción semiótica en donde los turistas interpretan continuamente señales del entorno para construir sentido sobre un destino antes, durante y después del viaje. Desde una perspectiva peirceana, todo objeto turístico (ya sea un sitio histórico, un ritual festivo o un elemento natural)

se vuelve signo y objeto de interpretación, cuya significación se completa en el interpretante, es decir, en la mente del turista (Peirce, como citado en Kunz et al., 2020). Esto implica que el significado turístico no reside exclusivamente en el lugar, sino en la interacción entre el sujeto visitado y el sujeto que visita.

El enfoque semiótico aplicado al turismo comprende también cómo las representaciones visuales y narrativas circulan socialmente para construir imaginarios sobre los destinos. La semiótica visual en la promoción turística, por ejemplo, ha sido objeto de análisis para comprender cómo la imagen y el color influyen en la percepción del turista y en su decisión de visita (Policastro Ponce, 2020).

Estos elementos visuales actúan como sistemas de signos que transmiten valores culturales, invocan expectativas y generan conexiones emocionales con el visitante. En el caso venezolano, materiales promocionales, documentales televisivos, publicaciones y redes sociales funcionan como textos culturales que interpretan y

reconfiguran la imagen de Venezuela como destino turístico. La semiótica permite abrir una lectura crítica de estos materiales, identificando los códigos estéticos que favorecen determinados discursos sobre identidad nacional frente a otros que pueden reproducir estereotipos o simplificaciones culturales.

La semiótica aplicada al turismo también es útil para analizar los signos culturales en la vida cotidiana de las comunidades anfitrionas. En Venezuela, la diversidad de prácticas culturales (como las fiestas patronales, las danzas tradicionales, las celebraciones religiosas y las expresiones gastronómicas regionales) constituyen signos culturales que no solo atraen visitantes, sino que forman parte de sistemas de significación interna de las comunidades mismas.

Estas prácticas traducen valores, memorias y estilos de vida, y su inclusión en la experiencia turística exige un proceso de interpretación respetuoso y contextualizado. Según el análisis de semiótica en turismo, los destinos no son meros escenarios pasivos, sino espacios activos de

comunicación cultural donde locales y visitantes negocian significados (Santos & Marques, 2012). Esto implica que la experiencia turística en Venezuela puede ser concebida como un acto intercultural de lectura y relectura de signos culturales.

La semiótica y la construcción del significado turístico también dialogan con la noción de identidad cultural. Los signos que representan la identidad de un lugar pueden codificarse en elementos como la arquitectura colonial de ciudades históricas, los tejidos y símbolos indígenas, o incluso los mitos y leyendas locales que circulan entre turistas y residentes.

Estos signos operan como marcadores de identidad que permiten a los visitantes reconocer la singularidad de un destino y, al mismo tiempo, entender su contexto sociocultural. En este sentido, el análisis semiótico no solo revela cómo los turistas perciben la cultura venezolana, sino cómo la propia comunidad interpreta su cultura frente a la mirada del otro. El signo turístico, por tanto, es producto tanto de la representación externa como de la

reafirmación interna de identidades culturales.

Además la semiótica del turismo presta atención a los procesos interpretativos que ocurren en la mente del turista. Fernando Pinto Santos y Ana Paula Soares Marques (2012) argumentan que la experiencia turística es resultado de procesos de representación que combinan conocimiento previo, expectativas y elementos contextuales del destino, lo que sugiere que la semiosis turística es un fenómeno continuo e influenciado por factores individuales y colectivos.

Esto cobra relevancia en el caso venezolano, donde historias de resistencia cultural, memoria de lucha social y diversidad étnica impregnan las narrativas de muchos destinos. El turista, al encontrarse con estos contextos, construye significados que dialogan con sus propias experiencias culturales y expectativas, generando una semiosis dinámica que incide tanto en su percepción del lugar como en la forma en que comunica esa experiencia a otros.

Un aspecto metodológico importante en la semiótica del turismo es considerar no solo los signos explícitos, sino también aquellos implícitos que operan en la comunicación del destino. Esto incluye el análisis de estructuras narrativas, símbolos visuales, prácticas rituales y hasta lenguajes locales que configuran el panorama turístico de un país.

El estudio semiótico de destinos implica analizar cómo se construyen las representaciones del lugar, qué significados se destacan y cuáles se omiten, y cómo esto influye en la percepción del turista. En Venezuela, por ejemplo, las representaciones tradicionales de lugares como los paisajes naturales del Parque Nacional Canaima o las comunidades indígenas pemones están cargadas de significaciones tanto ecológicas como culturales que requieren una interpretación profunda para comprender su impacto en la experiencia turística.

También la semiótica aplicada al turismo plantea desafíos y oportunidades para la gestión cultural y turística en Venezuela. Comprender

el turismo como un proceso semiótico invita a los planificadores, gestores y promotores a considerar las múltiples capas de significado que configuran la experiencia turística y la percepción del destino.

Esto implica diseñar estrategias comunicacionales que no solo atraigan visitantes, sino que también respeten y promuevan la complejidad cultural de las comunidades, evitando reducciones estereotipadas o simplistas de la identidad local.

La semiótica, por tanto, no solo contribuye al análisis académico del turismo, sino que ofrece herramientas conceptuales para pensar políticas culturales más sensibles y contextualizadas que reconozcan la importancia de los signos culturales en la construcción de experiencias turísticas integrales.

En el caso venezolano esta dinámica se complejiza debido a la densidad simbólica del territorio y a la centralidad del arraigo como valor identitario. El arraigo puede definirse como el vínculo profundo, afectivo y simbólico que une a los individuos y a las comunidades con su territorio, su historia y sus prácticas culturales,

constituyéndose en un eje fundamental de la identidad colectiva (Relph, 1976; Tuan, 1977).

Este vínculo no es meramente espacial, sino profundamente comunicacional, ya que se construye y se reproduce a través de narrativas, rituales, lenguajes y prácticas cotidianas que transmiten significados de generación en generación. Desde esta óptica, el arraigo funciona como un anclaje semiótico que otorga coherencia y profundidad al sistema de signos que conforma la cultura venezolana, permitiendo que el turismo se convierta en una experiencia de encuentro simbólico y no en un mero acto de consumo cultural.

La comunicación ocupa un lugar central en este proceso, ya que es a través de ella que los significados culturales se producen, circulan y se resignifican. El turismo, como práctica comunicacional, implica una mediación entre la cultura local y la mirada del visitante, mediación que puede reforzar o debilitar el arraigo cultural dependiendo de cómo se gestionen los discursos y representaciones del destino.

Urry y Larsen (2011) sostienen que la llamada “mirada turística” es una construcción social que orienta la percepción del viajero y que se encuentra profundamente influida por los discursos mediáticos, las estrategias de promoción y los imaginarios globales. En este contexto, el desafío para el turismo venezolano consiste en comunicar la cultura desde dentro, desde el arraigo, evitando la reproducción de estereotipos que reduzcan la complejidad cultural a imágenes simplificadas o exotizadas.

El turismo es ante todo, un fenómeno profundamente comunicacional y semiótico, puesto que implica la interpretación, la representación y la transmisión de signos culturales que permiten a los visitantes construir significados sobre un destino. En el contexto venezolano, caracterizado por una vasta riqueza geográfica y cultural, esta dimensión adquiere relevancia estratégica, no solo como motor económico, sino como disciplina que articula identidad, imaginario social y proyección internacional.

La semiótica, entendida como la ciencia que estudia los signos y los procesos de significación, ofrece un marco conceptual clave para comprender cómo la comunicación turística configura la percepción de Venezuela tanto dentro como fuera de sus fronteras. Este enfoque considera que cada elemento de la experiencia turística (ya sea visual, verbal, narrativo o experiencial) es un signo que porta significado y que contribuye a construir una trama interpretativa que va mucho más allá del simple acto de visitar un lugar (Santos & Marques, 2012).

En términos semióticos la experiencia turística puede concebirse como un proceso de lectura activa de signos culturales. Los turistas interpretan señales visuales y simbólicas del destino, que pueden estar presentes en la arquitectura, el lenguaje, la gastronomía o las prácticas culturales de una comunidad, y que ofrecen claves para comprender la identidad y la historia de ese lugar.

Según Santos y Marques (2012), desde una perspectiva peirceana estas interacciones

constituyen un sistema de signos que los visitantes internalizan para construir representaciones sobre el destino antes, durante y después del viaje. De esta manera, la semiótica no se limita a un análisis teórico abstracto, sino que se convierte en una herramienta práctica para comprender cómo los turistas generan significados a partir de sus experiencias con culturas locales diversas.

La comunicación turística es un elemento inseparable de este proceso semiótico, ya que es el vehículo mediante el cual los significados son producidos, difundidos y negociados entre emisores (autoridades turísticas, operadores, comunidades locales) y receptores (visitantes, audiencias globales). Las estrategias comunicacionales, ya sean tradicionales o digitales, funcionan como mediadoras de sentido.

En Venezuela el desarrollo de campañas de promoción, material audiovisual y narrativas institucionales han tenido un impacto directo en la construcción del imaginario turístico nacional. Las

representaciones de destinos como Canaima, Los Roques o Chuao, por ejemplo, están constituidas por signos visuales (colores, paisajes, rostros) y verbales (lemas, descripciones, relatos) que buscan evocar sensaciones de belleza natural, autenticidad cultural y aventura.

Estas representaciones no son neutrales, sino que responden a discursos culturales y estratégicos que intentan posicionar la marca-país en el mapa del turismo global, influyendo en las expectativas y decisiones de los visitantes.

La semiótica visual ha demostrado ser un recurso esencial en la transmisión de estas representaciones culturales. Según Policastro Ponce (2020), la semiótica visual aplicada a la promoción turística implica el uso intencional de imágenes y colores para generar estímulos que pre-disponen al potencial turista a actuar de una manera determinada, conectando cognitivamente con los valores simbólicos del destino.

Esto es especialmente relevante en plataformas digitales, donde la

primera interacción del potencial viajero con un destino suele ser a través de fotografías, vídeos o textos acompañados de elementos visuales que funcionan como signos de atractivo. En este sentido la comunicación digital se convierte en una extensión semiótica del destino, donde cada imagen y cada narrativa pueden potenciar o debilitar la percepción que se construye en la mente del turista. Esta lectura integradora entre semiótica y comunicación digital es indispensable para la promoción eficaz de destinos en la era contemporánea.

En Venezuela el aporte de los medios audiovisuales ha sido clave en la construcción de la imagen turística del país. Programas televisivos como Bitácora, conducido por Valentina Quintero, han funcionado como textos culturales mediadores que no solo muestran lugares, sino que narran historias y significados que conectan al espectador con las raíces culturales venezolanas, generando sentido de pertenencia y despertando interés turístico.

A través de la combinación de narración verbal, imágenes y sonidos, estos programas construyen discursos que evocan no solamente belleza natural sino también identidad cultural, haciendo de la comunicación un vehículo para dar significado al turismo en Venezuela.

La construcción semiótica del turismo también se conecta con los imaginarios culturales de las comunidades anfitrionas. El encuentro entre turistas y residentes no es un simple intercambio económico, sino un diálogo entre sistemas de signos culturales que interpretan y resignifican la experiencia del otro.

El trabajo de Molina (2018) sobre Isla de Margarita destaca que la planificación turística, cuando se basa exclusivamente en modelos economicistas, puede perder de vista la diversidad cultural y las particularidades simbólicas que constituyen la riqueza real de los destinos, lo cual conduce a una homogeneización de las experiencias y a la pérdida de significados culturales locales.

Este hallazgo es particularmente pertinente en Venezuela, donde cada región posee códigos culturales propios (como la música, la artesanía y las festividades) que funcionan como signos identitarios y que, al incorporarse en la comunicación turística, enriquecen la experiencia y fomentan una comprensión más profunda del destino.

La semiótica aplicada a la comunicación turística no solo se manifiesta en la promoción de destinos y en la interpretación de los turistas, sino también en cómo las comunidades locales se posicionan en el relato de su propia cultura. Este enfoque implica reconocer que la comunicación no es unívoca ni estática, sino un proceso interactivo en el que los residentes, operadores y turistas participan en la producción de significados compartidos.

En este sentido, la construcción de valor turístico en Venezuela pasa por una comunicación que sea reflexiva, contextualizada y respetuosa de los códigos culturales locales, evitando estereotipos simplificadores que podrían

desdibujar la riqueza simbólica de los destinos.

Desde el punto de vista académico, la semiótica ha demostrado ser un enfoque eficaz para identificar los sistemas de signos que operan en el turismo y para comprender cómo estos signos influyen en la percepción y en la toma de decisiones del viajero. La literatura semiótica del turismo sostiene que los destinos son construcciones discursivas que combinan textos, imágenes y experiencias que generan un significado particular en la mente del observador, y que este significado es negociado continuamente en la interacción entre los que se comunican.

Esta comprensión no solo contribuye a una mejor interpretación de los procesos turísticos, sino que puede orientar las estrategias de gestión turística para hacerlas más coherentes con los valores culturales y las expectativas de los viajeros.

Es por ello que la comunicación turística en Venezuela enfrenta retos y oportunidades relevantes en un contexto globalizado. La semiótica provee herramientas para analizar

críticamente cómo se representan los destinos, cómo se construye la identidad cultural y cómo se negocian los significados entre emisores y receptores.

Para que Venezuela pueda consolidarse como un destino competitivo y culturalmente significativo, sus estrategias comunicacionales deben integrar de manera más consciente los elementos semióticos que dan sentido al turismo, articulando narrativas que conecten con las experiencias de los visitantes y respeten los códigos culturales de las comunidades anfitrionas. Así el turismo deja de ser únicamente una actividad económica para convertirse en una práctica de comunicación cultural que enriquece las interpretaciones del mundo y fortalece los vínculos entre los diversos actores sociales implicados.

Roland Barthes (1972) advierte que los mitos modernos operan como sistemas de significación que naturalizan construcciones culturales, presentándolas como evidentes o universales. En el turismo, estos mitos se manifiestan en la

idealización de ciertos paisajes o prácticas culturales que son despojados de su contexto histórico y social para ser presentados como productos consumibles.

Frente a esta lógica, el arraigo cultural se erige como un principio ético y semiótico que permite resistir la banalización simbólica, manteniendo la conexión entre los signos culturales y los significados que les otorgan sentido. En Venezuela, esta resistencia se expresa en la persistencia de prácticas culturales vivas, como la música tradicional, las fiestas populares, la oralidad y las formas de organización comunitaria, que comunican valores de solidaridad, memoria y pertenencia.

El territorio venezolano puede ser leído como un texto semiótico complejo, donde convergen múltiples sistemas de significación. Los paisajes naturales, desde los llanos hasta la Amazonía, no solo constituyen escenarios físicos, sino espacios simbólicos cargados de significados históricos, míticos y emocionales.

La relación entre territorio y cultura, mediada por el arraigo, configura una experiencia turística que va más allá de la contemplación visual para convertirse en una escenario interpretativo profundo. En este sentido, el turismo se aproxima a lo que Denzin (2001) denomina una práctica interpretativa, en la que la experiencia vivida adquiere valor epistemológico y comunicacional. La noción de autenticidad, ampliamente discutida en los estudios turísticos, adquiere una relevancia particular cuando se analiza desde la semiótica y la comunicación.

MacCannell (1976) plantea que el turista moderno busca experiencias auténticas como respuesta a la alienación de la vida cotidiana. Sin embargo, esta búsqueda puede derivar en procesos de mercantilización cultural cuando la autenticidad se convierte en un valor de mercado.

Appadurai (1986) advierte que los objetos y prácticas culturales, al circular como mercancías, pueden perder su valor simbólico si se desligan de los contextos sociales que les dan sentido. En el contexto

venezolano, el arraigo actúa como un mecanismo de protección simbólica que permite que la cultura se comunique desde su propia lógica, preservando su significado y su función social.

El lenguaje desempeña un papel fundamental en estos procesos de significación. Sapir (1921) y Whorf (1956) sostienen que el lenguaje no solo refleja la realidad, sino que la construye, condicionando la forma en que los sujetos perciben y experimentan el mundo. Las lenguas indígenas venezolanas, así como las variantes del español local, constituyen sistemas semióticos que codifican el territorio, la naturaleza y las relaciones sociales de maneras singulares.

Integrar estas formas de expresión en el turismo no solo enriquece la experiencia comunicacional del visitante, sino que fortalece el arraigo cultural y promueve una comprensión más profunda de la diversidad simbólica del país.

Desde una perspectiva de políticas públicas y planificación turística, reconocer la dimensión

semiótica y comunicacional del turismo implica asumir la cultura como eje central del desarrollo sostenible. Hall (2008) subraya que las políticas turísticas que ignoran la dimensión simbólica del patrimonio tienden a generar procesos de desarraigo y pérdida de identidad.

En contraste un turismo arraigado en la cultura puede contribuir a la cohesión social, al fortalecimiento de la identidad nacional y a la proyección internacional de una narrativa cultural auténtica. En Venezuela, donde la identidad ha sido históricamente un espacio de construcción y disputa, el turismo puede desempeñar un papel estratégico como herramienta de comunicación cultural y diplomacia simbólica.

El concepto de arraigo constituye una categoría central para comprender la persistencia, transformación y comunicación de la cultura venezolana a lo largo del tiempo. Más allá de su acepción territorial, el arraigo se configura como un vínculo simbólico profundo entre los sujetos, el espacio, la memoria colectiva y las prácticas

culturales que dan sentido a la vida social.

En contextos marcados por la movilidad, la globalización y los procesos de cambio acelerado, el arraigo funciona como un anclaje que permite la continuidad de los significados culturales, articulando identidad, pertenencia y comunicación social. En el caso venezolano, caracterizado por una fuerte diversidad regional y una intensa carga histórica y simbólica, el arraigo se manifiesta como un elemento estructurante de la cultura, capaz de sostener narrativas, rituales y formas de vida frente a dinámicas de desarraigo contemporáneo.

Desde una perspectiva antropológica y cultural, el arraigo puede entenderse como la relación afectiva y simbólica que une a las personas con un lugar y con un sistema de significados compartidos. Geertz (1973) plantea que la cultura es una red de significados tejida por los propios individuos, dentro de la cual el ser humano se encuentra suspendido.

El arraigo, en este sentido, actúa como el punto de fijación de

esa red, permitiendo que los significados culturales se mantengan inteligibles y comunicables en el tiempo. En Venezuela, estos significados se expresan en prácticas como las festividades populares, la música tradicional, la oralidad y la relación cotidiana con el territorio, todos ellos elementos que refuerzan el sentido de pertenencia y la identidad colectiva.

El espacio y el territorio son dimensiones fundamentales del arraigo cultural. Yi-Fu Tuan (1977) sostiene que el sentido de lugar surge de la experiencia vivida y de la interacción prolongada con el entorno, transformando el espacio físico en un lugar cargado de valor emocional y simbólico.

Esta concepción resulta particularmente pertinente para comprender la cultura venezolana, donde regiones como los llanos, la costa, los Andes o la Amazonía no son solo divisiones geográficas, sino universos simbólicos que estructuran modos de vida, imaginarios y expresiones culturales específicas. El arraigo al territorio se traduce en narrativas identitarias que permiten a

las comunidades reconocerse a sí mismas y diferenciarse de otras, reforzando la cohesión social.

El arraigo también cumple una función comunicacional clave, al permitir la transmisión intergeneracional de valores, saberes y prácticas culturales. Desde la perspectiva de la comunicación cultural, los rituales, las celebraciones y las expresiones artísticas funcionan como sistemas simbólicos que codifican la memoria colectiva.

Hall (1997) señala que la identidad cultural no es una esencia fija, sino un proceso de representación que se construye y reconstruye constantemente a través del discurso. En Venezuela, el arraigo actúa como un anclaje de estas representaciones, ofreciendo estabilidad simbólica frente a los cambios históricos y sociales. Así, prácticas como los Diablos Danzantes de Corpus Christi, los tambores de San Juan o las tradiciones orales indígenas no solo preservan el pasado, sino que lo reconfiguran y lo comunican en el presente.

Desde una mirada semiótica el arraigo puede interpretarse como un mecanismo que fija el significado de los signos culturales dentro de un contexto específico. Peirce (1931–1958) explica que el significado de un signo se completa en la relación entre el objeto, el signo y el interpretante. El arraigo aporta el marco contextual necesario para que esta relación sea comprensible y significativa, evitando la descontextualización simbólica.

En la cultura venezolana, los signos culturales (como la gastronomía regional, la música tradicional o las expresiones lingüísticas) adquieren sentido pleno solo cuando se comprenden dentro de los contextos históricos y sociales que los originan. De esta manera, el arraigo actúa como un anclaje semiótico que preserva la densidad cultural de los signos frente a procesos de simplificación o mercantilización.

La globalización y la movilidad contemporánea han generado tensiones entre arraigo y desarraigo en múltiples sociedades, y Venezuela no es la excepción. Appadurai (1996) advierte que los flujos culturales

globales tienden a deslocalizar las prácticas culturales, generando nuevas formas de identidad que ya no están necesariamente ancladas a un territorio específico.

Sin embargo en el caso venezolano el arraigo continúa manifestándose como una fuerza cultural significativa, incluso en contextos de migración. La diáspora venezolana ha reproducido prácticas culturales (como la gastronomía, la música y las festividades) en nuevos territorios, demostrando que el arraigo no se limita al espacio físico, sino que se reconfigura simbólicamente como memoria, afecto e identidad compartida.

El arraigo también cumple una función ética y política en la defensa de la diversidad cultural. Relph (1976) introduce el concepto de “autenticidad existencial” para referirse a la relación genuina entre las personas y su entorno, advirtiendo sobre los riesgos de la homogeneización cultural.

En Venezuela el arraigo permite resistir estas tendencias al reafirmar la singularidad de las prácticas culturales locales frente a modelos culturales dominantes. Esta

resistencia se expresa en la persistencia de lenguas indígenas, formas tradicionales de organización comunitaria y expresiones artísticas populares que continúan comunicando valores propios, aun en contextos de transformación social.

Desde el ámbito educativo y comunicacional el arraigo se presenta como un recurso fundamental para la construcción de ciudadanía cultural. Freire (1970) sostiene que la cultura es un espacio de diálogo y conciencia crítica, donde los sujetos se reconocen como actores de su propia historia.

El arraigo al fortalecer la conexión con la memoria colectiva y el territorio, contribuye a este proceso de concienciación, permitiendo que las comunidades valoren su patrimonio cultural y lo proyecten hacia el futuro. En Venezuela, iniciativas culturales comunitarias, museos locales y proyectos de rescate patrimonial han demostrado cómo el arraigo puede convertirse en una herramienta de empoderamiento cultural y social.

En esete sentido el arraigo funciona como un anclaje simbólico

esencial para la cultura venezolana, al articular territorio, memoria, identidad y comunicación. Lejos de ser una noción estática, el arraigo se configura como un proceso dinámico que permite la continuidad y transformación de los significados culturales en contextos cambiantes.

Su función como anclaje cultural radica en su capacidad para preservar la coherencia simbólica de las prácticas culturales, garantizar su transmisión intergeneracional y fortalecer la identidad colectiva frente a las dinámicas de globalización y desarraigo. Comprender el arraigo desde esta perspectiva interdisciplinaria permite valorar su papel estratégico en la construcción y comunicación de la cultura venezolana, reconociéndolo no solo como una herencia del pasado, sino como una base viva para el futuro cultural del país.

El turismo cultural, entendido como una práctica semiótica y comunicacional, tiene el potencial de generar experiencias transformadoras tanto para los visitantes como para las comunidades anfitrionas. Smith (2009) plantea que la sostenibilidad

turística debe incorporar una dimensión simbólica que garantice la preservación del sentido de pertenencia y la continuidad cultural. En este sentido, el arraigo no debe concebirse como un obstáculo para el desarrollo turístico, sino como su principal fortaleza, ya que permite construir experiencias auténticas, significativas y éticamente responsables.

Es por ello que el turismo, la semiótica y la comunicación se articulan en un campo interdisciplinario donde el arraigo cultural funciona como un anclaje de sentido que garantiza la profundidad simbólica de la experiencia turística. En el contexto venezolano, esta articulación permite pensar el turismo no solo como una actividad económica, sino como una práctica cultural y comunicacional capaz de preservar la memoria, fortalecer la identidad y comunicar al mundo una narrativa compleja y profundamente humana.

El desafío para la academia, las políticas públicas y los actores del sector turístico consiste en promover

un turismo que comunique la cultura desde su arraigo, permitiendo que los signos culturales mantengan su densidad semántica y su capacidad de generar sentido en un mundo cada vez más globalizado.

BIBLIOGRAFÍA

- Appadurai, A. (1986). *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. Hill and Wang.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: The basics* (2nd ed.). Routledge.
- Denzin, N. K. (2001). *Interpretive interactionism* (2nd ed.). Sage.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Continuum.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships* (2nd ed.). Pearson.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Sage.
- Kunz, J. G., & Castrogiovanni, A. C. (2020). *Semiótica peirceana: Caminho(s) para o estudo das paisagens no/pelo turismo*. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: A new theory of the leisure class*. Schocken Books.
- Molina, M. E. (2018). *El encuentro turístico expresado como contexto de relaciones sociales, económicas y culturales. Caso Isla de Margarita*. Universidad de Oriente, Venezuela.
- Peirce, C. S. (1931–1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press.
- Policastro Ponce, G. (2020). *La semiótica visual como estrategia de neuromarketing en textos digitales de promoción turística y su importancia para la traducción*. Onomázein.

- <https://doi.org/10.7764/onomazein.ne7.05>
- Relph, E. (1976). Place and placelessness. Pion.
- Santos, F. P., & Marques, A. P. S. (2012). The tourist experience – a semiotic approach. *Tourism & Management Studies*.
- Sapir, E. (1921). *Language: An introduction to the study of speech*. Harcourt, Brace.
- Smith, M. K. (2009). *Issues in cultural tourism studies* (2nd ed.). Routledge.
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press.
- Urry, J., & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Sage.
- Whorf, B. L. (1956). *Language, thought, and reality*. MIT Press.
- Wikipedia. (s. f.). Bitácora (programa de televisión). Estructura y función en la promoción del turismo interno venezolano.

LA ÉTICA Y LA DEONTOLOGÍA ANTE LA COMUNICACIÓN DESINHIBIDA: DE LOS PRINCIPIOS INNEGOCIABLES, A LA PRÁCTICA RESPONSABLE EN REDES SOCIALES

AUTORA:

OJEDA VALBUENA, GINA

Resumen

Nuestra sociedad está marcada por una realidad que destaca en este siglo XXI, y es el cada vez más acelerado avance de la digitalización del día a día de los seres humanos que habitamos este planeta. La práctica comunicativa es una de las que ha sido significativamente influenciada por las nuevas tecnologías, y aquí la mirada necesaria de la ética y los principios que deben regir este proceso. El presente ensayo reflexiona sobre la intersección de la ética y la deontología en la comunicación social contemporánea, con un enfoque particular en el fenómeno de la desinhibición en las redes sociales, tal como se plantea en la propuesta de investigación doctoral, "La comunicación desinhibida en las redes sociales. Elementos teóricos para construir estrategias comunicacionales". Se hace una mirada a conceptos fundamentales innegociables como la responsabilidad social, la verdad, la objetividad y la veracidad, la inclusión, la igualdad y la interculturalidad, el acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), la globalización y sus dilemas, los derechos humanos. Se argumenta que la desinhibición, si bien puede ser un catalizador para la expresión genuina, también debe ser revisada en función del cumplimiento de los principios éticos significativos que requieren un marco deontológico robusto para la construcción de estrategias comunicacionales responsables y socialmente conscientes.

Palabras clave: Ética, Deontología, Comunicación desinhibida, Redes Sociales, Digitalización.

Abstract

Our society is marked by a reality that stands out in the 21st century: the increasingly accelerated digitalization of the daily lives of human beings who inhabit this planet. Communication practice is one of those that has been significantly influenced by new technologies, and this highlights the required ethical outlook and the governing principles for this process. This essay reflects on the intersection of ethics and deontology in contemporary social communication, with a particular focus on the phenomenon of disinhibition on social media, as presented in the doctoral research proposal, "Disinhibited Communication on Social Media: Theoretical Elements for Constructing Communication Strategies". It examines

fundamental concepts such as social responsibility, truth, objectivity and veracity, inclusion, equality and interculturality, access to Information and Communication Technologies (ICT), globalization and its dilemmas, and human rights. It is argued that disinhibition, while it can be a catalyst for genuine expression, must also be reviewed in terms of compliance with significant ethical principles that require a robust deontological framework for constructing responsible and socially conscious communication strategies.

Keywords: Ethics, Deontology, Disinhibited Communication, Social Media, Digitalization.

Introducción

La comunicación social constituye un pilar esencial en la configuración y el desarrollo de las sociedades contemporáneas, ya que establece marcos de interacción y procesos de influencia cultural que moldean las relaciones sociales (Aguirre et al., 2023). Desde las primeras inquietudes sobre el impacto de los medios masivos hasta los desafíos que supone la digitalización y la convergencia mediática, la reflexión ética ha sido permanente y necesaria para orientar una práctica responsable (Aznar, 1999; Agejas y Serrano, 2002).

Este ensayo reflexivo busca examinar las implicancias éticas y deontológicas ante la comunicación desinhibida en el entorno digital, apoyándose en marcos teóricos de responsabilidad social, alfabetización mediática y derechos humanos

(Aguirre et al., 2023; Torralba, 2016).

Al visibilizar los riesgos asociados, como la propagación de información no verificada o la intensificación del ciberacoso (Ortega et al., 2007; Díaz-Moreno et al., 2023), se enfatiza la necesidad de promover prácticas comunicacionales capaces de armonizar la libertad de expresión con el respeto a la dignidad y los derechos fundamentales de los actores, así como el diseño de estrategias comunicacionales éticas y socialmente responsables (Castro Mora, 2024).

El siglo XXI ha llevado a la sociedad hacia un entorno tecnológico donde la información y la comunicación van a toda velocidad, llegando a crear patrones de conducta, culturales y hasta de identidad, redefiniendo las interacciones humanas y sociales. En este contexto, las redes sociales han

emergido como espacios dominantes, propiciando nuevas formas de comunicación, a menudo caracterizadas por una expresión más desinhibida y emotiva, (Valera,1999). En este contexto, el fenómeno de la desinhibición emocional en redes sociales adquiere relevancia particular: factores como el anonimato, la inmediatez y la interacción mediada potencian la expresión de emociones y conductas atípicas, modificando los modos tradicionales de interacción digital (Cano et al., 2021; Echeburúa y Requesens, 2021).

En la propuesta de investigación de tesis doctoral "La comunicación desinhibida en las redes sociales. Elementos teóricos para construir estrategias comunicacionales", Ojeda (2024) subraya la relevancia de este fenómeno. La desinhibición emocional en entornos virtuales, donde las normas sociales y el temor al juicio externo se atenúan, permite una manifestación más abierta de las emociones (Suler, 2004). Para este autor la desinhibición online es definida como un fenómeno psicológico derivado de la falta de

restricciones en el ciberespacio, al contrastar con los modelos de ética de la tecnología y justicia de datos, se establece que la desinhibición es un reto sociopolítico y de diseño. Por lo tanto, los modelos éticos contemporáneos desplazan la responsabilidad del comportamiento individual (psicología) hacia las estructuras de poder, el diseño de sistemas y la gobernanza corporativa (política).

Mientras que la psicología explica el mecanismo interno del usuario, la ética de la tecnología revela que la manifestación de este comportamiento es permitida o exacerbada por decisiones de diseño que priorizan el beneficio sobre el bienestar, estructuras de poder que invisibilizan el daño a minorías, y una gobernanza corporativa que a menudo utiliza la ética como fachada en lugar de implementar cambios estructurales sustanciales.

A su vez, las redes sociales se han convertido en espacios de interacción social cada vez más relevantes, vale decir, que estas plataformas han modificado la manera en que las personas se

relacionan, comparten información y expresan sus emociones. Uno de los aspectos más llamativos de esta nueva dinámica comunicativa es la desinhibición emocional que se observa en las expresiones afectivas de los usuarios (Joinson, 2001).

Esta tendencia, respaldada por cifras globales y regionales sobre la penetración de internet y el uso de plataformas digitales, el 83 por ciento de la población mundial tiene acceso a internet, en Sudamérica el 76 por ciento de la población de América Latina y el Caribe tiene acceso a internet; en Venezuela el 63 por ciento de la población venezolana tiene disponibilidad al servicio de internet, esto de acuerdo a la Unión Internacional de telecomunicaciones (2023); Comisión económica para América y El Caribe, CEPAL (2022); Observatorio Venezolano de Internet OVI (2023) y Global Web Index, (2023), que evidencia una nueva realidad comunicacional.

Sin embargo, las cifras anteriores, supone que esta libertad

expresiva plantea interrogantes perentorias sobre sus implicaciones éticas y deontológicas, especialmente en lo que respecta a la verdad, la objetividad, la responsabilidad social, la inclusión y los derechos humanos. De igual manera, el uso de las redes sociales se hace evidente en los datos que se constatan en la tabla 1, dando muestra de que estamos al frente de una nueva realidad comunicacional, en contraposición, la comunicación presencial, donde las convenciones sociales y el temor al juicio externo pueden limitar la manifestación abierta de ciertos sentimientos, las redes sociales parecen ofrecer un contexto más permisivo para la expresión emocional sin inhibiciones (Valverde y Boyd, 2018).

Tabla 1.

Uso de redes sociales por región, grupo etario y tipo de información (Datos aproximados y referencias de fuentes oficiales y estudios actuales)

Región	Tipo de Red Social	% por Grupo	Uso que se difunde	Tipo de información	Fuentes consultadas

		Etario (años)			
Norteamérica	Facebook	18-29: 69%	Noticias, entretenimiento, política, eventos locales.	Centro de Investigaciones (2023), Statista (2024)	Pew
		30-49: 70%			
		50-64: 51%			
		65+: 36%			
	Instagram	18-29: 71%	Entretenimiento, moda, cultura visual, influencers	Pew Research Center (2023), DataReportal (2024)	Research
		30-49: 48%			
		50+: 23%			
		18-29: 53%			
	TikTok	30-49: 29%	Vídeos cortos, entretenimiento, comedia, retos.	Centro de Investigaciones (2023), Statista (2024)	Pew
		50+: 12%			
		18-29: 42%			
		30-49: 28%			
Sudamérica	Gorjeo	50+: 18%	Noticias, política, discusión pública	Centro de Investigaciones (2023)	Pew
		18-29: 77%			
		30-49: 65%			
		50-64: 53%			
	Facebook	18-29: 85%	Redes sociales familiares, noticias, entretenimiento	Informe de datos (2024), Statista (2024)	de
		30-49: 83%			
		50+: 70%			
		18-29: 65%			
	WhatsApp	30-49: 47%	Comunicación privada, grupos, mensajes de voz y texto.	Somos sociales (2024)	sociales
		50+: 27%			
		18-29: 46%			
		30-49: 31%			
Europa	Instagram	50+: 13%	Entretenimiento, cultura visual, influencers	Informe de datos (2024), Statista (2024)	de
		18-29: 46%			
Europa	Facebook	18-29: 46%	Vídeos de entretenimiento, cultura juvenil.	Informe de datos (2024)	de
		30-49: 31%			
Europa	Facebook	18-29: 46%	Noticias, eventos,	Eurostat (2023),	
		30-49: 31%			

África	Instagram	63%	entretenimiento.	Statista (2024)
		30-49:		
		62%		
		50-64:		
		54%		
	WhatsApp	65+: 39%		
		18-29:	Moda, arte, cultura	
		69%	visual	Eurostat (2023), Informe de datos (2024)
		30-49:		
		45%		
Asia	Gorjeo	50+: 22%		
		18-29:	Comunicación	
		74%	privada, grupos	
		30-49:	familiares.	Eurostat (2023)
		70%		
	Facebook	50+: 60%		
		18-29:	Noticias, política	
		34%		
		30-49:		Eurostat (2023)
		27%		
Asia	Facebook	50+: 13%		
		18-29:	Comunicación,	
		52%	noticias locales	Somos sociales (2024), Statista (2023)
		30-49:		
		45%		
Asia	WhatsApp	50-64:		
		36%		
		18-29:	Mensajería directa,	
		69%	grupos comunitarios.	Somos sociales (2024)
		30-49:		
Asia	Instagram	64%		
		50+: 52%		
		18-29:	Entretenimiento,	
		40%	moda	Informe de datos (2023)
		30-49:		
Asia	Facebook	32%		
		50+: 14%		
		18-29:	Entretenimiento,	
		48%	noticias	Statista (2023), Informe de datos (2024)
		30-49:		
Asia	TikTok (Douyin en China)	40%		
		50-64:		
		31%		
		18-29:	Vídeo	
		en 60%	entretenimiento,	Statista (2023)
Asia		30-49:	cultura pop.	

Eurasia	WhatsApp / WeChat	35%	Comunicación privada, servicios bancarios integrados	Statista (2023), Informe de datos (2024)
		50+: 15%		
		18-29: 77%		
		30-49: 72%		
		50+: 61%		
	VKontakte (VK)	18-29: 55%	Noticias, entretenimiento, música.	Statista (2023), Informes digitales rusos (2023)
		30-49: 47%		
		50+: 27%		
	WhatsApp	18-29: 45%	Mensajería y comunicación privada	Informes digitales rusos (2023)
		30-49: 40%		
50+: 30%				
Oceanía	Facebook	18-29: 66%	Noticias, entretenimiento	Statista (2023), Informe de datos (2024)
		30-49: 60%		
		50-64: 50%		
	Instagram	18-29: 66%	Moda, cultura visual	Informe de datos (2024)
		30-49: 48%		
		50+: 20%		

Elaboración propia

La tabla 1, destaca que: a) Facebook sigue siendo una de las redes sociales más utilizadas globalmente en casi todos los grupos etarios, especialmente en adultos mayores, aunque ha disminuido ligeramente su uso en jóvenes en algunas regiones; b) Instagram y TikTok son particularmente populares entre jóvenes de 18 a 29 años, con

contenidos principalmente de entretenimiento, moda y creatividad; c) WhatsApp es predominante en regiones como América Latina, África y Asia la comunicación privada y grupal, siendo una plataforma clave para la interacción directa. d) La difusión de contenidos varía: noticias y política están muy presentes en Norteamérica y Europa (Facebook y

Twitter), mientras que en regiones como Sudamérica y África predomina la comunicación personal, cultural o local; e) En Eurasia plataformas locales como VKontakte son predominantes frente a Facebook; y f) La pandemia incrementó el uso de redes sociales en todas las regiones, aumentando la importancia de la alfabetización mediática para combatir la desinformación.

A la tendencia descrita en el párrafo anterior hay que adicionar el tipo de información que en las redes se difunden, las cuales pueden tener algún tipo de implicaciones éticas que se asocia a la finalidad o propósito para la cual fue creada la aplicación que soporta la red social y que se asocia al contenido principal que en ella se pueden colgar (ver tabla 2). En este sentido, el espectro de información va desde noticias, opiniones, influencer, videos, contenido visual, entretenimiento, moda, comunicación privada, entre otras; ahora bien, este conjunto de acciones sin una postura ética es capaz de conllevar a riesgos de desinformación, ciberacoso,

expresión impulsiva, discurso agresivos, entre otras muchas.

Tabla 2.
Tipo de información difundida en redes sociales

Red Social	Contenido principal difundido	Implicaciones Éticas Relevantes
Facebook	Noticias, política, eventos, información de interés general	Riesgo de desinformación y propagación viral.
WhatsApp	Comunicación privada, mensajes en grupos, multimedia.	Privacidad, viralidad no controlada, ciberacoso
Instagram	Contenido visual: moda, entretenimiento, influencers o, influencers corporales.	Presión social, manipulación de la imagen corporal.
TikTok	Vídeos cortos de entretenimiento o y retos virales.	Rapidez y falta de control, expresión impulsiva.
Gorjeo	Debate político, noticias, opinión pública	Polarización, discursos agresivos, ataques verbales

Fuente. Elaboración propia a partir de DataReportal (2024), Pew Research

Center (2023), Statista (2023-2024) y Hinduja y Patchin (2015).

Adicionalmente, en la tabla 2 se observa que plataformas como Facebook y Twitter están orientadas principalmente a la difusión de noticias, información política y debate público, lo que plantea retos relacionados con la desinformación y la polarización de opiniones. En cambio, redes como Instagram y TikTok centran su contenido en aspectos visuales y de entretenimiento, donde pueden surgir presiones sociales y dinámicas de rápida viralización que requieren estrategias comunicacionales específicas para el control ético. WhatsApp por su parte, es esencialmente una plataforma de comunicación privada y grupal, con un alto potencial para la propagación no controlada de información, especialmente cadenas y contenidos susceptibles a malinterpretaciones o abuso, como el ciberacoso. En conjunto, esta distribución del contenido y sus características implican la necesidad de un enfoque ético robusto que aborde tanto la

libertad de expresión como la responsabilidad y el respeto por los derechos humanos en el entorno digital.

Esta propensión despierta interrogantes sobre las causas y consecuencias de este fenómeno, así como sobre sus implicaciones para la salud mental y las relaciones interpersonales en el entorno digital (Suler, 2004). Estas referencias que dieron forma al corpus que sirve de base a la propuesta de investigación de la tesis doctoral permitieron formular las preguntas: ¿Cuáles son los factores que contribuyen a la desinhibición emocional en las redes sociales? ¿De qué manera las características de las redes sociales fomentan la expresión abierta de sentimientos? ¿Cómo influye la desinhibición emocional en la percepción del bienestar y la salud mental de los usuarios? ¿Qué implicaciones tiene la desinhibición emocional para las relaciones interpersonales en el entorno digital que pueden ser utilizadas como estrategias comunicacionales?

Responder estas interrogantes en franca vinculación con los

principios éticos y valores llevan a comprender el fenómeno de la desinhibición emocional en las redes sociales, identificando los factores psicológicos, sociales y tecnológicos, examinando las características de las redes sociales, analizando los tipos de emociones que se expresan con mayor frecuencia, explorando las implicaciones de la desinhibición emocional para las relaciones interpersonales en el entorno digital y dilucidando los alcances que este fenómeno puede tener. Todo este proceso epistémico debe ir a la búsqueda de elementos teóricos que podrían ser aplicados en el diseño de estrategias comunicacionales, todos basados en la ética y la responsabilidad social.

En consecuencia, este ensayo reflexivo se orienta a vincular la propuesta de investigación con los principios éticos y deontológicos que deben regir la comunicación social, explorando cómo la desinhibición en redes sociales, si bien puede ser un motor para la participación ciudadana (González y Quiroz, 2023), también puede dar lugar a la polarización y el discurso de odio, lo que exige una

profunda reflexión sobre el rol de los comunicadores y usuarios en la construcción de un ecosistema digital más ético y responsable.

Ética y Deontología en la comunicación social como un marco necesario

La ética en la comunicación social se refiere al estudio de los principios morales que deben guiar la conducta de los profesionales de la comunicación, pero además de todas las personas que hacen uso de las tecnologías de la comunicación, inmersos en este mundo globalizado. En este orden de ideas se subraya que los profesionales de la comunicación deben seguir un código deontológico que se ocupa de los deberes y obligaciones específicas de la profesión. Aznar (1999) enfatiza la necesidad de una comunicación responsable, recalcando la importancia de la autorregulación en los medios.

En el contexto de las redes sociales y la desinhibición en la comunicación, este marco se vuelve aún más crítico. Aquí, la apuesta por los principios innegociables para

hacer de esta una práctica comunicacional en las redes sociales responsable y basada en la inclusión. La facilidad con la que se difunde información, a menudo sin filtros ni verificaciones, exige una conciencia ética elevada. Refiere Cuenca (1999, p. 11) que el acto informativo debe basarse en:

1. Formación de una opinión crítica madura. Esto se consigue mediante una actitud dialógica por parte de todos los integrantes del grupo. Para ello, los medios de comunicación y los profesionales de la información en empresas deben fomentar el diálogo entre los ciudadanos y entre los miembros de la empresa en donde trabajan a todos los niveles. La razón humana es dialógica. Sólo se aproxima a la verdad cuando acepta la opinión del otro, la interpreta y la valora.
2. Pasar de una actitud de poder a una actitud de servicio. Se dice que la prensa es el cuarto poder. Y llevan parte de razón. Pero, el comunicador ha de tener en cuenta que los oyentes son personas o interlocutores válidos, con los que está obligado a entenderse. No son simples instrumentos a su

servicio o para su promoción. No pueden ser susceptibles de manipulación. Por lo cual, el informador deberá adoptar una actitud comunicativa de respeto y aprecio.

3. Respeto a los cuatro principios básicos de la comunicación. El profesional de la comunicación habrá de realizar su tarea informativa teniendo en cuenta cuatro valores fundamentales de la ética de la comunicación: La veracidad, la imparcialidad, la completud y la justicia.

La desinhibición emocional, al reducir las barreras de la expresión, puede propiciar tanto la autenticidad como la irresponsabilidad. La ausencia de señales no verbales y la percepción de anonimato pueden llevar a lo que Suler (2004) denomina el "efecto de desinhibición online", donde los individuos se sienten más libres para expresar pensamientos y emociones que no manifestarían en interacciones cara a cara. Si bien esto puede fomentar la conexión y la empatía, también puede derivar en comportamientos agresivos,

difamatorios o la propagación de información falsa.

Desde una perspectiva deontológica, los comunicadores y, por extensión, los usuarios activos en redes sociales, tienen el deber de actuar con integridad, honestidad y respeto. Esto implica la necesidad de verificar la información antes de compartirla, de abstenerse de difundir discursos de odio o discriminación, y de reconocer el impacto de sus palabras en la esfera pública. La autorregulación, mencionada por Aznar (1999), adquiere una nueva dimensión en la era digital, donde cada usuario se convierte en un potencial emisor de información.

Responsabilidad social y la búsqueda de la verdad

En la comunicación la responsabilidad social implica el compromiso de los medios y los comunicadores con el bienestar de la sociedad. Esto abarca la promoción de valores democráticos, la defensa de los derechos humanos y la contribución al debate público informado. En el contexto de la desinhibición en redes sociales, la

responsabilidad social se ve afrontada por la proliferación de noticias falsas, la polarización y la manipulación de la opinión pública. Refiere Argandoña (2012) que la responsabilidad social no es una realidad física sino que es una construcción social que cada quien ve desde sus conocimientos, capacidades e intereses.

Aporta Luka (1978, p. 317)

En la práctica este problema moral se reduce, en el sentido negativo, a la falsificación informativa (un montaje tendencioso en el cine, la televisión o la radio que corresponde al fotomontaje en la prensa) a que algunas técnicas se prestan con menos evidencia que otras. Pero en todos los casos hace falta tener presente el poder sugestivo de los medios que están en relación directa con la responsabilidad de los que dirigen o realizan los programas o las publicaciones.

La verdad, la objetividad y la veracidad son pilares de la comunicación responsable. La verdad se refiere a la correspondencia entre lo que se comunica y la realidad; la

objetividad implica la presentación imparcial de los hechos, libre de sesgos personales; y la veracidad se relaciona con la intención de decir la verdad. En un entorno donde la desinhibición fomenta la expresión subjetiva y emocional, mantener estos principios es un reto considerable. La propuesta de investigación de Ojeda (2024) busca comprender los tipos de emociones que se expresan con mayor frecuencia, lo cual es decisivo para discernir cómo la carga emocional puede influir en la percepción de la verdad y la objetividad.

La desinhibición puede llevar a la difusión de rumores o información no verificada, impulsada por la inmediatez y el deseo de expresar una reacción emocional. Esto contrasta con el rigor periodístico y la necesidad de contrastar fuentes. La investigación sobre la desinhibición debe, por tanto, considerar cómo este fenómeno afecta la capacidad de los usuarios para discernir la información veraz y cómo se pueden construir estrategias comunicacionales que fomenten la alfabetización mediática y el pensamiento crítico. La

responsabilidad social, en este sentido, no solo recae en los creadores de contenido, sino también en las plataformas de redes sociales, que deben implementar mecanismos para combatir la desinformación y promover un entorno más saludable.

Una mirada a la inclusión, igualdad e interculturalidad en el entorno digital

La comunicación social tiene un papel fundamental en la promoción de la inclusión, la igualdad y la interculturalidad, esto implica dar voz a todas las comunidades, respetar la diversidad cultural y evitar la discriminación. Las redes sociales, con su alcance global, tienen el potencial de ser herramientas poderosas para estos fines, permitiendo la conexión entre personas de diferentes orígenes y la visibilización de realidades diversas. No obstante, la desinhibición también puede exacerbar las divisiones y el discurso de odio. La comunicación social debe atender a la pluralidad y fomentar la inclusión de grupos históricamente marginados. La UNESCO (2019) subraya que la

pluralidad mediática y la diversidad cultural son condiciones esenciales para sociedades democráticas e igualitarias.

La investigación de Chacón y Velásquez (2024) sobre la desinhibición en Facebook e Instagram en Venezuela, influenciada por el contexto político y social resalta cómo las expresiones emocionales intensas pueden llevar a la polarización. Esto subraya la necesidad de abordar el fenómeno de la desinhibición desde una perspectiva que promueva el diálogo constructivo y el respeto a la diversidad de opiniones. Las estrategias comunicacionales que se deriven de la investigación deben fomentar la empatía y el entendimiento intercultural, en lugar de la confrontación.

La inclusión en el entorno digital también implica garantizar que todas las personas, independientemente de su origen, género, orientación sexual, discapacidad o condición socioeconómica, tengan acceso y voz en las plataformas. La desinhibición, si bien puede empoderar a algunos para expresarse libremente, también

puede intimidar a otros, generando un ambiente hostil para la participación. Por lo tanto, la ética de la comunicación en redes sociales debe velar por la creación de espacios seguros y respetuosos para todos.

El acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) es un derecho fundamental en la sociedad contemporánea que igualmente debe ser abordado en este aparte de la inclusión y el derecho a la información en estos tiempos globalizados donde también existen marcados resquicios digitales, que separa a quienes tienen acceso a estas tecnologías de quienes no lo tienen, es un dilema ético que la comunicación social debe abordar. La propuesta de investigación de Ojeda (2024) se sustenta en cifras que demuestran la creciente penetración de internet y el uso de plataformas digitales, pero la mera disponibilidad no garantiza una participación equitativa y significativa.

La globalización, impulsada por las TIC, ha transformado la comunicación en un fenómeno transfronterizo. Si bien esto facilita la difusión de información y la conexión

cultural, también presenta dilemas éticos. La desinhibición en redes sociales, en un contexto global, puede llevar a la propagación de contenidos que no respetan las sensibilidades culturales o que promueven estereotipos negativos. La responsabilidad ética en este escenario implica ser consciente del impacto global de las comunicaciones y promover un diálogo intercultural respetuoso.

La comunicación social, en su esencia más profunda, implica una responsabilidad social intrínseca: la de contribuir al bienestar colectivo, al diálogo democrático, a la cohesión social, a la promoción y protección de los valores y derechos fundamentales. En la era digital, esta responsabilidad se amplifica, se complejiza y se globaliza, ya que las fronteras geográficas se desdibujan y las interacciones trascienden culturas, jurisdicciones y marcos regulatorios nacionales. La comunicación desinhibida, al ser un fenómeno ubicuo y global, tiene implicaciones profundas para la protección y garantía efectiva de los

derechos humanos en el ciberespacio.

Los problemas de la globalización también se manifiestan en la concentración de poder en unas pocas empresas tecnológicas, lo que plantea interrogantes sobre la censura, la privacidad de los datos y la manipulación algorítmica. La investigación sobre la desinhibición debe considerar cómo estos factores estructurales influyen en la expresión emocional y cómo se pueden desarrollar estrategias que empoderen a los usuarios y promuevan una gobernanza más ética de las plataformas digitales.

Los derechos humanos son el fundamento de cualquier práctica comunicacional ética

La libertad de expresión, el derecho a la información, la privacidad y la no discriminación son principios que deben ser protegidos en el entorno digital. La desinhibición en redes sociales, si bien se relaciona con la libertad de expresión, también puede entrar en conflicto con otros derechos, como el derecho a la

privacidad o el derecho a no ser difamado.

Desde una visión deontológica, la investigación en comunicación desinhibida en las redes sociales tiene el deber de contribuir al conocimiento de manera rigurosa y responsable. Esto significa que los hallazgos deben ser presentados de forma precisa y transparente, evitando interpretaciones sesgadas o conclusiones infundadas. La investigación sobre la desinhibición en redes sociales tiene el potencial de generar elementos teóricos valiosos para la construcción de estrategias comunicacionales, pero su validez y utilidad dependerán de la solidez ética y metodológica con la que se realice.

Además, la investigación debe considerar cómo los resultados pueden ser utilizados para promover los derechos humanos en el entorno digital. Por ejemplo, si la desinhibición se asocia con un mayor riesgo de ciberacoso (González y Barroso, 2019), la investigación podría informar el desarrollo de estrategias para prevenir y combatir este fenómeno, protegiendo así el derecho

de los usuarios a un entorno digital seguro y respetuoso.

La evolución en este campo no solo refleja cambios en los medios disponibles, sino también una creciente conciencia sobre el papel crítico que juega la comunicación en nuestras vidas cotidianas. Es a partir de la buena práctica comunicacional, basada en la ética, la deontología, respeto y responsabilidad, cuando tomarán fuerza las dinámicas que contribuyan al desarrollo continuo del conocimiento en esta área del quehacer de la humanidad.

Entre tanto, la investigación en comunicación ha trascendido los enfoques tradicionales, adoptando perspectivas más integradoras, culturalmente sensibles y multidisciplinarias. Estas nuevas aproximaciones permiten una comprensión más holística y contextualizada de los fenómenos comunicativos, abriendo nuevas vías para la teorización y la aplicación práctica en diversos ámbitos.

Reflexión final

El tema de la ética y la deontología en estos tiempos de la

globalización y el arrollador paso de las tecnologías de la información y la comunicación, merece una profunda mirada analítica en virtud de que estos principios y normas, constituyen los cimientos de una comunicación responsable, crítica y transformadora. En la actualidad la digitalización, globalización, brecha de acceso a la información, inclusión y protección de derechos humanos, demandan praxis profesionales y académicas rigurosas, sensibles y comprometidas con la verdad, la equidad y la justicia social. Solo el diálogo constante entre ética, tecnología y democracia permitirá avanzar hacia entornos comunicativos más justos y emancipadores.

La comunicación desinhibida en las redes sociales es un fenómeno complejo que redefine las dinámicas de interacción y expresión en la sociedad contemporánea. Si bien ofrece oportunidades para la autenticidad y la participación, también plantea múltiples retos éticos y deontológicos significativos que deben ser abordados con rigor y responsabilidad.

La propuesta de investigación “La comunicación desinhibida en las redes sociales. Elementos teóricos para construir estrategias comunicacionales” tiene como meta principal el estudio de la ética para comprender este fenómeno y, a partir de ello, construir estrategias comunicacionales que no solo sean efectivas, sino también y socialmente responsables.

La integración de la ética y la deontología en la comunicación social, junto con principios como la responsabilidad social, la búsqueda de la verdad y la objetividad, la promoción de la inclusión y los derechos humanos, es indispensable en la era digital. La desinhibición, lejos de ser un simple efecto colateral de la tecnología, es un aspecto central de la experiencia comunicacional en línea que requiere una reflexión profunda sobre sus implicaciones.

Las futuras estrategias comunicacionales, informadas por investigaciones como la propuesta, deben ir más allá de la mera difusión de mensajes. Deben aspirar a fomentar la alfabetización mediática,

el pensamiento crítico, la empatía y el diálogo constructivo. Es imperativo que tanto los profesionales de la comunicación como los usuarios de redes sociales asuman su rol como agentes de cambio, contribuyendo a la construcción de un ecosistema digital que sea un espacio para la libertad de expresión responsable, la diversidad de voces y el respeto mutuo, solo así se podrá aprovechar el potencial transformador de la comunicación desinhibida para el bien común, mitigando sus riesgos y promoviendo una sociedad más justa, informada y conectada.

Los profesionales de la comunicación (periodistas, editores, productores de contenido, usuarios en general) tienen el deber inalienable de informar con veracidad y precisión, propiciar la interacción con responsabilidad y respeto, promover el pluralismo de voces, proteger la integridad de los grupos vulnerables y fomentar la participación ciudadana de manera ética y transparente. En el entorno digital, esto implica: asumir en las distintas plataformas los estándares éticos y profesionales, adaptarse a

nuevos formatos y plataformas sin comprometer los estándares periodísticos y éticos, verificar rigurosamente la información antes de publicarla, incluso si proviene de fuentes desinhibidas en redes sociales.

Ver el fenómeno de estudio de la comunicación desinhibida en las redes sociales desde la atención en los retos éticos generados por las dinámicas propias de estos medios digitales, como los principios innegociables que deben llevar a la práctica responsable en estos entornos digitales, estructura claramente el propósito del ensayo es decir, analizar cómo los marcos normativos y éticos pueden traducirse en comportamientos responsables, una línea crucial en la literatura sobre ética de la comunicación digital, que las la buenas prácticas en redes, inclusión, la empatía, la prevención de daños y la importancia de valores no negociables frente a la libertad de expresión, deben prevalecer como característica principal en estos espacios de comunicación humana.

Referencias bibliográficas

- Aznar, H. (1999) **Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios**. Editorial Ariel, S.A. Barcelona, España.
- Aguirre Gamboa, P., Casco López, J., & Domínguez Lozano, J. J. (2023). **Ética y moralidad en los medios de comunicación: Investigaciones y propuestas**. Universidad Santiago de Calilibrus.usc.
- Agejas E. y Serrano, J. (2002). **Ética de la comunicación y de la información**. Ariel España.
- Argandoña, A. (2012). **Qué es y qué no es la responsabilidad social**. Bussines School, Universidad Navarra. España.
- Cano García, M. L., Bustamante, D., Valderrama Mosquera, D. Y., et al. (2021). **Redes sociales: Atrapamiento o conexión emocional**. Universidad Nacional del Callao.
- Castro Mora, E. R. (2024). **Ética en la comunicación moderna: el papel de la verdad y la transparencia**. SageSphere Journal .
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL):<https://www.cepal.org/en/c-eclac-united-nations>.
- Cuenca, Ángel, M. (1999) **Ética de la comunicación**. Anales de documentación, N.º 2, Facultad de Filosofía. Universidad de Murcia.
- Chacón-Pérez, M., y Velásquez-Gómez, A. (2024). **La desinhibición en las redes sociales: Un estudio de caso en Facebook e Instagram en Venezuela**. Revista Venezolana de Estudios de la Comunicación.
- Díaz, M., Sánchez, O., Firth, J., et al. (2023). **Implicaciones psico-neurofisiológicas del uso de redes sociales en adolescentes**. Universidad CES.
- Echeburúa, E., y Requesens, A. (2021). **Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes**. Fundación Gaudi.
- GlobalWebIndex. (2024). **On-demand Consumer**

- Research.**
<https://www.gwi.com/>
- González-Barroso, D. (2019). **Desinhibición emocional y relaciones interpersonales en las redes sociales: Un estudio exploratorio en adolescentes.** Comunicar,
- González-Pardo, J. M., y Quiroz-Navarrete, J. C. (2023). **La desinhibición en las redes sociales: Un análisis de la participación ciudadana en México.** Comunicación: Revista Científica de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.
- Joinson, A. N. (2001). **Some consequences of internet communication for identity and interpersonal relationships.** Journal of Social and Personal Relationships.
- Luka, Brajnovi. 1978) **Deontología periodística.** Segunda edición, España.
- Ortega, R., Elipe, P., Mora, J., Calmaestra, J., y Vega, E. (2007). **Cuestionario cyberbullying.** Universidad de Córdoba.
- Observatorio Venezolano de Internet (OVI):
<https://www.observatoriovsp.org/>
- Ojeda, Gina (2024) **Protocolo de investigación, “La comunicación desinhibida en la redes sociales. Elementos teóricos para construir estrategias comunicacionales.** Doctorado en Ciencias de la comunicación. Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, Coro. Falcón.
- Suler, J. (2004). **The psychology of online groups: Interaction and identity in cyberspaces.** Lawrence Erlbaum Associates.
- Torralba, F. (2016). **Ética de los medios de comunicación.** INEPinep.
- Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT):
<https://www.itu.int/en/ITU->

<D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

Valverde, J. M., y Boyd, D. (2018). **Networked privacy: Privacy expectations and practices in a digital age**. The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science.

Valera, A. G. **Disolución de la identidad univoca y nuevos espacios como cruce de fronteras**. Revista Comunicación. Centro Gumilla. Cuarto trimestre. Año 1999. N° 108.

LA COMUNICACIÓN Y LAS TIC EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO DESDE UNA HERMENÉUTICA FENOMENOLÓGICA

AUTOR:

SANGRONIZ, ELÍAS

Resumen

Esta investigación analiza el papel de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la educación universitaria desde un enfoque hermenéutico-fenomenológico. Se sostiene que la universidad, más allá de transmitir contenidos, debe actuar como un agente transformador que promueva una comunicación inclusiva, respetuosa de la diversidad y orientada a garantizar la igualdad de acceso a las TIC. Se integran los aportes de Vygotsky, Freire y Gardner, junto con la noción de paradigma científico propuesta por Kuhn, para cuestionar críticamente las bases tradicionales del conocimiento y sus supuestos de objetividad. El estudio resalta la pertinencia del enfoque cualitativo y, en particular, de la fenomenología de Husserl y Heidegger, que privilegia la experiencia vivida y el sentido que los sujetos atribuyen a sus prácticas comunicativas. En este marco, la entrevista semiestructurada se presenta como una herramienta idónea para acceder a la profundidad de los testimonios, situando la ética como principio rector del proceso investigativo. Asimismo, se examina el desafío de integrar las TIC de manera responsable en los currículos universitarios, promoviendo su uso como instrumentos de inclusión, transparencia y justicia social. Se afirma que la construcción del conocimiento es una práctica social y ética, nunca neutral ni absoluta. Por ello, la universidad tiene la responsabilidad de formar profesionales críticos y comprometidos, capaces de emplear las TIC para fortalecer la comunicación, el pensamiento plural y la transformación social en un entorno digital globalizado.

Descriptores: Comunicación universitaria, Ética de la comunicación, Hermenéutica Fenomenológica, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Abstract

This article analyzes the role of Information and Communication Technologies (ICT) in university education from a hermeneutic-phenomenological approach. It argues that the university, beyond transmitting content, must act as a transformative agent that promotes inclusive communication, respects diversity, and ensures equal access to ICT. The contributions of Vygotsky, Freire, and Gardner are integrated, along with Kuhn's notion of scientific paradigms, to critically question the traditional foundations of knowledge and its assumptions of objectivity. The study highlights the relevance of the qualitative approach and, in particular, the phenomenology of Husserl and Heidegger, which prioritizes lived experience and the meaning that individuals attribute to their communicative practices. Within this framework, the semi-structured interview is presented as an appropriate tool for accessing the depth of testimonies, placing ethics as the guiding principle of the investigative process. Likewise, the article examines the challenge of responsibly integrating ICT into university curricula, promoting their use as instruments of inclusion, transparency, and social justice. It is affirmed that the construction of knowledge is a social and ethical practice, never neutral or absolute. Therefore, the university has the responsibility to train critical and committed professionals capable of using ICT to strengthen communication, pluralistic thinking, and social transformation in a globalized digital environment.

Descriptors: University communication, Communication ethics, Phenomenological hermeneutics, Information and Communication Technologies (ICT).

Introducción

La universidad en un entorno mediado por TIC

La universidad contemporánea se desenvuelve en un entorno profundamente mediado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), las cuales transforman de manera significativa las dinámicas educativas y los procesos comunicativos dentro de la educación superior. Este escenario digital no solo introduce nuevas herramientas, sino que redefine las formas de interacción, participación y construcción de sentido entre los actores universitarios. En consecuencia, la institución deja de ser un espacio centrado exclusivamente en la transmisión de contenidos para asumir un papel más complejo, donde su función formativa se articula con la responsabilidad de orientar éticamente los procesos comunicativos que emergen en la vida académica.

Desde esta perspectiva, la universidad se configura como un agente ético que moldea la manera

en que los sujetos se relacionan y construyen significados (Olmeda, 2007). Esta responsabilidad implica promover una comunicación inclusiva, respetuosa de la diversidad y orientada a garantizar la igualdad de acceso a los recursos digitales, especialmente en contextos marcados por brechas tecnológicas y desigualdades socioculturales. La mediación tecnológica, por tanto, no puede entenderse únicamente como un soporte funcional, sino como un espacio donde se disputan sentidos, oportunidades y formas de participación que inciden directamente en la justicia social y en la democratización del conocimiento.

El problema

La universidad contemporánea se desenvuelve en un entorno profundamente mediado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), fenómeno que transforma de manera significativa las dinámicas educativas y los procesos comunicativos. En esta investigación se asume que la institución universitaria deja de ser únicamente

un espacio de transmisión de contenidos para convertirse en un agente ético que moldea la manera en que los sujetos se relacionan y construyen significados. No obstante, esta transformación no ocurre de forma homogénea ni está exenta de tensiones. A pesar de los avances tecnológicos, persisten brechas digitales, desigualdades socioculturales y prácticas comunicativas que no siempre garantizan inclusión, transparencia ni justicia social. Asimismo, el uso de las TIC en el ámbito universitario suele abordarse desde perspectivas instrumentales, dejando de lado la dimensión ética, experiencial y hermenéutica que condiciona la manera en que los actores significan su interacción con estas tecnologías. En el contexto institucional estudiado, estas tensiones se evidencian en situaciones concretas como estudiantes que dependen de conexiones inestables para participar en clases virtuales, limitaciones en el acceso a dispositivos tecnológicos en sectores vulnerables y dificultades recurrentes para ingresar a plataformas institucionales durante

actividades evaluativas. Asimismo, se han observado casos en los que la comunicación digital institucional no llega oportunamente a toda la comunidad, generando confusión y exclusión en procesos administrativos y académicos.

Estas experiencias muestran que la brecha digital no es un fenómeno abstracto, sino una realidad que condiciona la participación, el aprendizaje y el sentido que los actores atribuyen a sus prácticas comunicativas mediadas por TIC. Por lo tanto, esta situación adquiere relevancia al considerar que la construcción del conocimiento constituye una práctica social y ética, nunca neutral ni absoluta bajo el contexto de ecosistemas digitales.

La investigación aporta un elemento distintivo al aplicar el enfoque hermenéutico-fenomenológico al estudio de la comunicación universitaria mediada por TIC, articulando la experiencia vivida, la intersubjetividad y la dimensión ética del proceso comunicativo sustentado en referentes teóricos como Husserl, Heidegger, Habermas, Vygotsky, Freire y Gardner; quienes permiten

abordar la mediación tecnológica desde una perspectiva existencial, relacional y formativa.

A partir del trabajo de campo realizado, la investigación incorpora experiencias que permiten comprender cómo los actores viven y significan la mediación tecnológica en su día a día. Los testimonios obtenidos mediante entrevistas semiestructuradas revelan situaciones concretas vinculadas con brechas digitales, dificultades de acceso y dinámicas comunicativas institucionales que influyen en la construcción de sentido en torno al uso de las TIC. Desde la perspectiva hermenéutico-fenomenológica que orienta el estudio, estas vivencias adquieren especial relevancia, pues es en la interpretación de los relatos donde emergen los significados profundos del fenómeno. La integración de estas interpretaciones enriquece el análisis al mostrar cómo los sujetos experimentan sus prácticas comunicativas y qué tensiones éticas y sociales se manifiestan en su interacción con las tecnologías dentro del ámbito de gobernabilidad.

Paradigmas científicos y construcción del conocimiento

Comprender este fenómeno requiere revisar críticamente los paradigmas que sustentan la producción del conocimiento. Tal como plantea Kuhn (2005), los paradigmas científicos no representan verdades absolutas, sino acuerdos temporales que condicionan la forma en que se interpreta la realidad. Esta perspectiva invita a cuestionar los supuestos de objetividad tradicional y a reconocer que la ciencia es un proceso dinámico, abierto a la revisión y al cambio. En esta misma línea, la ontología del ser propuesta por Peña (2003) permite entender que la realidad educativa no es fija ni uniforme, sino un fenómeno múltiple y en constante transformación, configurado por las experiencias vividas de los actores que participan en ella.

La hermenéutica fenomenológica como enfoque interpretativo

Desde este marco, el enfoque hermenéutico-fenomenológico ofrece una vía pertinente para interpretar los sentidos que los sujetos atribuyen a

sus prácticas comunicativas en entornos universitarios mediados por TIC. La fenomenología de Husserl (1962), centrada en la experiencia vivida, y la propuesta ontológica de Heidegger (2006), orientada al ser en el mundo y al desocultamiento del sentido, permiten comprender la comunicación como un fenómeno existencial y relacional. Asimismo, la teoría de la acción comunicativa de Habermas (1987) aporta un fundamento epistemológico para analizar la racionalidad que emerge

turada, en particular, permite explorar la riqueza de los testimonios sin perder coherencia metodológica, al tiempo que exige del investigador una postura ética basada en la sensibilidad, la transparencia y el respeto por la subjetividad del otro. Es por ello, que la construcción del conocimiento se reconoce como una práctica social y ética, nunca neutral ni absoluta. Desde esta perspectiva, la universidad tiene la responsabilidad de formar profesionales críticos y comprometidos, capaces de emplear las TIC no solo como herramientas

del diálogo orientado al entendimiento mutuo.

En coherencia con este enfoque, la investigación cualitativa se presenta como el camino metodológico adecuado para acceder a la profundidad interpretativa de los sujetos. Autores como Martínez (1998, 2006) y Cook y Reichardt (1986) destacan que este tipo de investigación privilegia la comprensión de significados, la intersubjetividad y la interpretación contextualizada de las vivencias. La entrevista semiestructurada, las técnicas, sino como medios para fortalecer la comunicación, promover la justicia social y contribuir a la transformación de una sociedad digital globalizada.

Comunicación universitaria como práctica ética y social

En el contexto universitario contemporáneo, la comunicación adquiere un papel central como práctica formativa, ética y social, especialmente en un entorno profundamente mediado por las TIC. La investigación plantea que la universidad no puede limitarse a ser

un espacio de transmisión de conocimientos, sino que debe asumirse como un agente ético que moldea la manera en que los individuos se relacionan y construyen significados dentro de la sociedad. Esta función ética implica promover procesos comunicativos que respeten la dignidad humana, fomenten la diversidad y garanticen la inclusión, particularmente en un mundo donde las interacciones están cada vez más atravesadas por plataformas digitales. Tal como la señala Olmeda, (2007), la comunicación universitaria debe orientarse hacia la empatía, el reconocimiento mutuo y la responsabilidad social, elementos que constituyen la base de una convivencia democrática y plural. Desde esta perspectiva, la comunicación no es entendida únicamente como un intercambio de información, sino como una práctica formativa y social que contribuye a la construcción del conocimiento y al desarrollo de la conciencia crítica. En consonancia con la teoría de la acción comunicativa, Habermas (1987) sostiene que la racionalidad del conocimiento se articula en la

interacción orientada al entendimiento mutuo, lo que implica que el diálogo es un componente esencial del proceso educativo. La universidad, por tanto, debe propiciar espacios comunicativos donde los sujetos puedan argumentar, reflexionar y cuestionar sus propias certezas, reconociendo que el conocimiento no es un producto acabado, sino una construcción dinámica que emerge de la interacción entre sujetos situados en contextos socioculturales específicos.

En este marco, la inclusión y la diversidad se convierten en principios fundamentales para comprender la comunicación universitaria. La investigación enfatiza que la igualdad en el acceso a las TIC constituye uno de los desafíos más urgentes dentro de comunidades académicas marcadas por diferencias culturales, económicas y sociales. No basta con incorporar tecnologías en los procesos educativos; es necesario garantizar que estas no reproduzcan desigualdades preexistentes ni generen nuevas formas de exclusión. La interculturalidad, entendida como un principio ético y comunicativo,

exige reconocer la pluralidad de voces y experiencias que coexisten en el espacio universitario, promoviendo un diálogo que permita el encuentro entre distintas perspectivas y formas de comprender el mundo. En este sentido, la tecnología debe concebirse no solo como un recurso funcional, sino como un medio para fortalecer la justicia social y el reconocimiento mutuo. Sin embargo, la investigación también advierte sobre los riesgos comunicativos que pueden surgir en entornos universitarios mediados por TIC. Entre estos riesgos se encuentran los sesgos invisibles, los estereotipos normalizados y las desigualdades estructurales que pueden distorsionar el diálogo y limitar la participación equitativa de los sujetos. Estas distorsiones pueden contaminar el intercambio comunicativo y reproducir dinámicas de exclusión que contradicen los principios éticos que deben guiar la labor universitaria. Por ello, se subraya la importancia de desarrollar una conciencia crítica que permita identificar y cuestionar estas formas de sesgo, promoviendo prácticas

comunicativas que se fundamenten en la transparencia, la honestidad y el respeto por la diversidad. La universidad, como institución formadora, tiene la responsabilidad de garantizar que los procesos comunicativos se desarrollen desde una perspectiva ética que reconozca la complejidad de las relaciones humanas y la influencia de los contextos socioculturales en la construcción del conocimiento. Esto implica asumir que la comunicación universitaria no es neutral, sino que está atravesada por valores, creencias y estructuras de poder que deben ser analizadas críticamente. En este sentido, la comunicación se convierte en un espacio privilegiado para la formación de profesionales capaces de comprender la realidad desde una mirada plural, crítica y transformadora, conscientes de su papel en la construcción de una sociedad más justa e inclusiva.

Las TIC como mediadoras del aprendizaje universitario

En referencia al contexto universitario contemporáneo, las TIC se han convertido en mediadoras

fundamentales del aprendizaje, transformando no solo los procesos pedagógicos, sino también las dinámicas comunicativas que estructuran la vida académica. Su incorporación en la educación superior no puede entenderse únicamente como la adopción de herramientas técnicas, sino como un fenómeno profundamente vinculado a la manera en que los sujetos construyen conocimiento, interactúan y participan en la vida universitaria. Desde esta perspectiva, las TIC actúan como mediadoras del aprendizaje, facilitando nuevas formas de acceso a la información, ampliando los escenarios de interacción y potenciando la construcción colaborativa del saber. Tal como se plantea en la investigación, su función pedagógica y comunicativa se articula con la necesidad de promover procesos educativos más inclusivos, participativos y orientados al desarrollo integral de los estudiantes.

Aportes teóricos sobre mediación tecnológica

Los aportes de Vygotsky, Freire y Gardner permiten comprender con mayor profundidad el papel de las TIC en la mediación tecnológica. Vygotsky (1979) sostiene que el aprendizaje es un proceso social mediado por herramientas culturales, lo que permite interpretar a las TIC como instrumentos que amplían la zona de desarrollo próximo y facilitan la interacción entre estudiantes y docentes. Desde la perspectiva freireana, la tecnología debe ser entendida como un medio para la liberación y la concientización, siempre que se utilice de manera crítica y orientada al diálogo transformador. Freire (1970) concibe la educación como un acto comunicativo que debe promover la reflexión y la acción, lo cual se potencia cuando las TIC se emplean para generar espacios de participación auténtica. Por su parte; Gardner (1983), con su teoría de las inteligencias múltiples, abre la posibilidad de comprender que las TIC pueden diversificar las formas de aprender, permitiendo que los estudiantes desarrollen sus capacidades desde distintos

lenguajes, formatos y modalidades expresivas. En conjunto, estos autores permiten afirmar que la mediación tecnológica no es neutra, sino que está profundamente vinculada a la manera en que los sujetos significan su experiencia educativa.

Inclusión, brecha digital e interculturalidad en la universidad.

Es necesario destacar que, la investigación advierte que la incorporación de las TIC en la universidad no está exenta de tensiones, especialmente en lo que respecta a las brechas digitales, la inclusión y la justicia social. En comunidades universitarias marcadas por la diversidad cultural, económica y social, el acceso desigual a dispositivos, conectividad y competencias digitales constituye un desafío urgente. No basta con disponer de tecnología; es necesario garantizar que todos los estudiantes puedan utilizarla de manera efectiva y equitativa. En este sentido, las TIC pueden convertirse en herramientas de inclusión, transparencia y participación, siempre que las

instituciones asuman el compromiso de reducir las desigualdades y promover políticas que aseguren el acceso universal. Es por ello, que la interculturalidad debe ser un principio rector en la integración tecnológica, entendiendo que la tecnología no solo facilita procesos funcionales, sino que también puede fortalecer el reconocimiento mutuo y la justicia social en el ámbito universitario.

Integración ética de las TIC en los currículos universitarios

La integración ética de las TIC en los currículos universitarios constituye otro eje central del análisis. La universidad, como institución formadora, tiene la responsabilidad de garantizar que el uso de las tecnologías se realice desde una perspectiva ética que proteja la dignidad humana y promueva valores como la transparencia, la honestidad y la responsabilidad social. Tal como advierte Olmeda (2007), la ética profesional implica actuar con integridad en todos los procesos comunicativos, lo cual adquiere especial relevancia en entornos digitales donde los riesgos de

manipulación, desinformación, violación de la privacidad y suplantación de identidad son cada vez más frecuentes. Estos riesgos no solo afectan la calidad del diálogo académico, sino que también pueden vulnerar derechos fundamentales, por lo que su prevención debe ser una prioridad institucional.

En este sentido, la universidad debe concebir las TIC como instrumentos para la justicia social, orientando su uso hacia la construcción de comunidades académicas más democráticas, participativas y conscientes de su papel en la transformación social. La ética no puede ser un componente accesorio, sino el eje que guíe todas las decisiones relacionadas con la integración tecnológica. Esto implica formar profesionales capaces de utilizar las TIC de manera crítica, reflexiva y comprometida, entendiendo que la tecnología no es un fin en sí mismo, sino un medio para fortalecer la comunicación, ampliar el acceso al conocimiento y promover la equidad en un mundo digital globalizado.

Epistemología, ontología y paradigmas en la investigación educativa.

La comprensión de la comunicación y de las TIC en el ámbito universitario exige situar el análisis dentro de un marco epistemológico que permita cuestionar las bases tradicionales del conocimiento. En base a ello, se plantea que reflexionar sobre los paradigmas científicos abre una ventana hacia la manera en que entendemos, validamos y legitimamos la realidad. Desde la antigüedad, Platón concibió el paradigma como un modelo ideal, mientras que Aristóteles lo interpretó como un ejemplo práctico que orienta la comprensión del mundo. Estas concepciones, aunque distantes en el tiempo, revelan que el conocimiento siempre ha estado mediado por estructuras conceptuales que guían la interpretación de los fenómenos.

Siglos después, estas nociones son resignificadas por Kuhn (2005), quien sostiene que los paradigmas no representan verdades absolutas, sino acuerdos temporales entre comunidades científicas. Desde esta perspectiva, el conocimiento científico

no es un reflejo neutro de la realidad, sino una construcción histórica condicionada por los marcos interpretativos dominantes. Esta postura invita a formular una pregunta fundamental: ¿hasta qué punto nuestras certezas están determinadas por el paradigma vigente? Tal como se expone en la investigación, esta interrogante interpela al investigador a cuestionar no solo lo que conoce, sino también los caminos mediante los cuales llega a conocerlo. En consecuencia, la ciencia deja de ser un conjunto de respuestas definitivas y se convierte en un terreno fértil para la duda, la revisión y la reflexión crítica.

Este cuestionamiento epistemológico conduce a reconocer que la objetividad tradicional, entendida como neutralidad absoluta, resulta insostenible. La investigación, especialmente en el campo de la comunicación y las ciencias sociales, está atravesada por valores, creencias y experiencias que influyen en la interpretación de los fenómenos. Por ello, que la construcción del conocimiento es una práctica social y ética, nunca neutral

ni descontextualizada. Esta postura se alinea con la crítica contemporánea a los modelos positivistas que reducen la realidad a lo medible, ignorando la complejidad de lo humano y lo comunicativo.

En este marco, la ontología adquiere un papel central para comprender la naturaleza de la realidad investigada. Peña (2003) define la ontología como el estudio del ser en cuanto a qué es y cómo es, estableciendo categorías esenciales a partir del análisis de sus propiedades y estructuras. Esta perspectiva invita a asumir una posición paradigmática coherente que permita preguntarse por la naturaleza de aquello que se investiga y por los elementos que lo constituyen. Por lo tanto, estas preguntas no son meros ejercicios teóricos, sino llamados a la honestidad intelectual que orienta la indagación científica.

Desde esta visión ontológica, la realidad no puede concebirse como una entidad fija o absoluta, sino como un fenómeno dinámico, múltiple y en constante transformación. Las experiencias vividas por los sujetos actúan como catalizadores de nuevas preguntas, trazando caminos

interpretativos que enriquecen el proceso investigativo. La realidad, entonces, se construye en la interacción entre los individuos y su contexto, lo que implica que el investigador no es un observador externo, sino un sujeto situado, inmerso en las condiciones socioculturales que estudia. Esta postura coincide con la perspectiva fenomenológica desarrollada posteriormente en la investigación, donde se reconoce que el conocimiento emerge de la relación sujeto-sujeto y de la interpretación de las vivencias.

Con relación a ello, la construcción del conocimiento se entiende como un acto de encuentro entre lo que es, lo que cambia y lo que aún está por descubrir. Cada interrogante planteada por el investigador conecta con una dimensión del ser, permitiendo que los enunciados elaborados respondan coherentemente a la riqueza del contexto. Así, la epistemología, la ontología y la hermenéutica convergen para ofrecer una comprensión más profunda de la comunicación universitaria y del papel

de las TIC en la formación de sujetos críticos, reflexivos y socialmente comprometidos.

Fenomenología y hermenéutica en la interpretación de la experiencia universitaria.

El enfoque hermenéutico-fenomenológico constituye uno de los pilares centrales de la investigación, pues permite comprender la comunicación universitaria y el uso de las TIC desde la experiencia vivida de los sujetos y desde la interpretación profunda de los significados que emergen en su interacción cotidiana. En primer lugar, la fenomenología de Husserl ofrece un fundamento esencial para este análisis, al plantear que todo conocimiento parte de la experiencia vivida y que cada fenómeno posee una estructura esencial que puede ser revelada mediante la reflexión consciente (Husserl, 1962). Desde esta perspectiva, la comunicación no es un simple intercambio de información, sino un acontecimiento cargado de sentido, donde los sujetos expresan y construyen significados que solo

pueden comprenderse atendiendo a su vivencia interna y a su intencionalidad.

Este planteamiento es ampliado por Heidegger, quien desplaza la fenomenología hacia una comprensión ontológica del ser humano como ser en el mundo, es decir, como un ente que existe siempre en relación con su contexto, con los otros y con las condiciones históricas que lo configuran. Para Heidegger (2006), la existencia humana se revela a través del desocultamiento o *aletheia*, un proceso mediante el cual la verdad no se impone como algo absoluto, sino que se va mostrando progresivamente en la interacción y en el diálogo. En el ámbito universitario, esto implica que las prácticas comunicativas no pueden analizarse desde parámetros externos o puramente técnicos, sino desde la manera en que los sujetos experimentan, interpretan y revelan su estar en el mundo académico y digital.

Desde esta base fenomenológica, la hermenéutica se convierte en la vía interpretativa que permite

comprender el sentido que los sujetos atribuyen a sus prácticas comunicativas. La investigación señala que la investigación cualitativa debe orientarse a interpretar creencias, motivaciones, intenciones y percepciones que, aunque invisibles, influyen profundamente en las dinámicas del aprendizaje y la interacción universitaria. Esta postura coincide con la afirmación de que el conocimiento no se impone, sino que se genera a partir de las interpretaciones que emergen de la realidad observada y vivida por los participantes. En este sentido, la hermenéutica no solo busca describir los fenómenos, sino comprenderlos desde dentro, atendiendo a la riqueza subjetiva que los constituye.

La interpretación hermenéutica implica reconocer que cada testimonio, cada relato y cada experiencia contiene significados que deben ser comprendidos en su contexto, respetando la singularidad de quienes los expresan. Por ello, la entrevista semiestructurada se presenta como una herramienta idónea para acceder a la profundidad de los testimonios, pues permite que

las voces de los informantes clave se expresen con libertad y autenticidad, generando un espacio donde los sentidos ocultos pueden emerger (Martínez, 1998). Esta apertura interpretativa es coherente con la fenomenología, que reconoce que la verdad se revela en el encuentro entre investigador e investigado, en un proceso dialógico que exige sensibilidad, escucha activa y disposición a comprender.

En este marco, la dimensión axiológica adquiere un papel fundamental. La investigación subraya que la ética del investigador es un elemento esencial para garantizar la transparencia, la integridad y el compromiso moral en cada fase del proceso investigativo (Olmeda, 2007). La relación entre los actores de la investigación no puede concebirse como una dinámica de objeto-observador, sino como una relación sujeto-sujeto, donde cada participante aporta sus valores, creencias y experiencias, los cuales deben ser reconocidos y respetados. Esta perspectiva rompe con la idea de neutralidad absoluta y reconoce que el conocimiento se construye en

un encuentro humano que debe ser ético, sensible y profundamente respetuoso.

Asimismo, la axiología permite comprender que la investigación cualitativa no solo busca obtener datos, sino humanizar el proceso investigativo, reconociendo la subjetividad como fuente válida de saber. La fenomenología, al poner en el centro la experiencia vivida, exige que el investigador actúe con responsabilidad ética, interpretando sin distorsionar y escuchando sin imponer. Esta postura coincide con la racionalidad comunicativa propuesta por Habermas (1987), quien sostiene que el conocimiento se construye en el diálogo orientado al entendimiento mutuo, donde las pretensiones de validez se negocian con apertura y respeto.

El enfoque hermenéutico-fenomenológico permite comprender las realidades universitarias desde adentro, desde lo vivido y sentido por sus protagonistas, reconociendo que el saber más valioso no siempre se encuentra en los números, sino en la palabra compartida, en la emoción

revelada y en el sentido construido colectivamente. Asumir este enfoque implica una postura investigativa que honra lo humano, que investiga no para controlar, sino para comprender, y que en ese acto reflexivo da lugar a conocimientos genuinamente transformadores.

Metodología cualitativa y entrevista semiestructurada

La metodología adoptada en el estudio se fundamenta en el enfoque cualitativo, el cual resulta coherente con la perspectiva hermenéutico-fenomenológica que orienta todo el análisis. Este enfoque reconoce que el conocimiento posee una naturaleza subjetiva, contextual e interpretativa, pues emerge de la interacción entre los sujetos y de los significados que estos atribuyen a sus experiencias. En la investigación se destaca que la realidad no puede ser comprendida como una entidad fija o aislada, sino como un fenómeno dinámico y múltiple que se construye en la intersubjetividad y en los discursos cotidianos de quienes participan en el proceso educativo. Esta postura coincide con la

afirmación de Cook y Reichardt (1986), quienes sostienen que la realidad está enmarcada por la multicausalidad, lo que exige analizar los fenómenos desde la perspectiva de los actores y con atención rigurosa a los detalles que, aunque pequeños, pueden ser relevantes para la comprensión profunda del objeto de estudio. En coherencia con este enfoque, la técnica principal de recolección de información utilizada en el estudio es la entrevista semiestructurada, la cual permite acceder a la riqueza interpretativa de los sujetos y explorar en profundidad los significados que atribuyen a sus prácticas comunicativas y al uso de las TIC. Martínez (1998) señala que este tipo de entrevista ofrece un grado de flexibilidad que facilita profundizar en los temas relevantes sin perder la uniformidad necesaria para mantener la coherencia metodológica. Esta flexibilidad es especialmente pertinente dentro del enfoque fenomenológico, ya que permite que las voces de los informantes clave se expresen con autenticidad, revelando matices emocionales, vivenciales y reflexivos

que no podrían captarse mediante técnicas rígidas o estructuradas.

Además, la entrevista semiestructurada exige del investigador una sensibilidad ética y emocional, pues el acto comunicativo no solo implica la obtención de información, sino también el reconocimiento de la subjetividad del otro. Puesto que, se enfatiza que el investigador debe actuar con respeto, apertura y empatía, garantizando que el proceso de indagación no vulnere la dignidad de los participantes ni distorsione sus testimonios. Esta postura se alinea con la dimensión axiológica desarrollada en el texto, donde se afirma que la ética del investigador constituye un elemento esencial para asegurar la transparencia y la integridad del proceso investigativo (Olmeda, 2007).

Rigor, credibilidad y ética en la investigación cualitativa.

En cuanto a los criterios de rigor, la investigación subraya que la credibilidad de los hallazgos depende tanto de la técnica empleada como de la rigurosidad con la que se analizan los datos. Martínez (2006) sostiene

que el investigador debe narrar de dónde partió, por dónde caminó y cómo llegó a sus conclusiones, de modo que cualquier lector pueda comprender las inferencias, comparaciones y procesos de abstracción que sustentan los resultados. Esto implica garantizar la coherencia interna del análisis, la fidelidad a la experiencia vivida de los informantes y la transparencia en los procedimientos utilizados para categorizar, interpretar y sintetizar la información.

El proceso de análisis cualitativo, tal como se describe, requiere una atención cuidadosa a los detalles, una actitud crítica y una disposición constante a la autocrítica, reconociendo que el investigador es también un instrumento de interpretación. La categorización de los datos, la identificación de patrones y la elaboración de significados emergentes deben realizarse con sistematicidad y apertura interpretativa, asegurando que los hallazgos representen fielmente las voces, valores y experiencias de los participantes. De este modo, el rigor metodológico no

se basa en la replicabilidad propia del positivismo, sino en la profundidad reflexiva, la consistencia lógica y la autenticidad interpretativa que caracterizan al enfoque cualitativo.

Procedimiento metodológico aplicado

El proceso para arribar a las conclusiones de esta investigación se desarrolló siguiendo los principios del enfoque cualitativo y la perspectiva hermenéutico-fenomenológica que orienta todo el estudio. Este método permitió comprender la experiencia vivida de los sujetos y los significados que atribuyen a sus prácticas comunicativas en entornos universitarios mediados por TIC. El procedimiento se estructuró en varias fases interrelacionadas:

- 1) **Fase de inmersión y comprensión del contexto:** El investigador inició un proceso de aproximación al fenómeno mediante la revisión documental, la observación del entorno universitario y la identificación de los elementos socioculturales que influyen en la comunicación y el uso de las TIC.

Esta fase permitió reconocer la complejidad del contexto y situar al investigador como un sujeto participante, coherente con la fenomenología.

2) **Fase de recolección de testimonio:**

Se aplicaron entrevistas semiestructuradas a informantes clave, seleccionados por su experiencia y participación activa en procesos comunicativos universitarios. Esta técnica permitió obtener relatos profundos, espontáneos y contextualizados, respetando la subjetividad de cada participante. La flexibilidad de la entrevista facilitó la emergencia de significados que no podrían captarse mediante instrumentos rígidos.

3) **Fase de transcripción y reducción fenomenológica:**

Los testimonios fueron transcritos de manera fiel, preservando expresiones, matices y elementos emocionales. Posteriormente, se aplicó la reducción fenomenológica propuesta por Husserl, suspendiendo juicios previos para centrarse en la esencia de las experiencias narradas. Esta

etapa permitió identificar unidades de significado relevantes para el análisis.

4) **Fase de categorización hermenéutica:** A partir de las unidades de significado, se construyeron categorías emergentes que reflejan los sentidos atribuidos por los participantes a la comunicación universitaria, la ética, la inclusión y el uso de las TIC. Este proceso interpretativo se desarrolló siguiendo el círculo hermenéutico: comprender cada parte desde el todo y el todo desde cada parte, permitiendo una interpretación profunda y coherente.

5) **Fase de triangulación reflexiva:** Se contrastaron las categorías emergentes con los aportes teóricos de autores como Husserl, Heidegger, Habermas, Vygotsky, Freire, Gardner y Kuhn. Esta triangulación no buscó validar cuantitativamente los datos, sino enriquecer la comprensión del fenómeno desde múltiples perspectivas, fortaleciendo la credibilidad del análisis.

6) **Fase de síntesis interpretativa:** En función de los elementos evidenciados se integraron los hallazgos en una síntesis interpretativa que permitió construir conclusiones coherentes con la experiencia vivida de los sujetos, el marco teórico y la postura ética del investigador. Esta síntesis reconoce que el conocimiento es una construcción social, contextual y dinámica, y que las conclusiones emergen del diálogo entre teoría, experiencia y reflexión crítica.

Reflexiones finales y conclusiones

La reflexión desarrollada a lo largo de este estudio permitió afirmar que la comunicación universitaria, en un contexto profundamente mediado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), constituye un fenómeno complejo que solo puede comprenderse desde una perspectiva hermenéutico-fenomenológica. En coherencia con los planteamientos de Husserl y Heidegger, se reconoce que la experiencia vivida de los sujetos es el punto de partida para interpretar los sentidos que emergen

en las prácticas comunicativas, especialmente cuando estas se desarrollan en entornos digitales que transforman la manera de interactuar, aprender y construir conocimiento.

Los aportes de Vygotsky, Freire y Gardner permitieron comprender que la mediación tecnológica no es un proceso neutro, sino una práctica social que amplía, condiciona y resignifica las formas de aprender y relacionarse. Desde la mirada sociocultural, dialógica y pluralista de estos autores, se evidencia que las TIC pueden convertirse en herramientas para potenciar el desarrollo humano, siempre que su integración responda a principios éticos, inclusivos y orientados a la justicia social.

Asimismo, la revisión crítica de los paradigmas científicos, inspirada en Kuhn, permitió reconocer que el conocimiento universitario no puede asumirse como una verdad absoluta, sino como una construcción histórica y contextual que debe ser permanentemente cuestionada. Esta postura se articula con la ontología del ser, que concibe la realidad educativa como un fenómeno

dinámico, múltiple y en constante transformación, donde los sujetos interpretan y reinterpretan su estar en el mundo académico y digital.

En este sentido, la comunicación universitaria se revela como una práctica ética que exige reconocer la diversidad, la dignidad humana y la pluralidad de voces que coexisten en el espacio educativo. La presencia de sesgos, desigualdades y brechas digitales evidencia la necesidad de promover una conciencia crítica que permita identificar y transformar las distorsiones que afectan el diálogo y la participación equitativa. La ética, tal como lo plantea Olmeda, se convierte en el eje que orienta la acción comunicativa y la responsabilidad institucional frente a los desafíos de la sociedad digital.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación cualitativa y la entrevista semiestructurada demostraron ser herramientas idóneas para acceder a la profundidad interpretativa de los sujetos. La hermenéutica permitió comprender los significados emergentes desde la voz de los participantes, mientras que la

fenomenología facilitó el reconocimiento de la experiencia vivida como fuente legítima de conocimiento. El rigor, la credibilidad y la transparencia del proceso investigativo se sostuvieron en la ética del investigador, quien actuó como un sujeto situado, consciente de su papel en la construcción del sentido.

En concordancia con todo lo expuesto, la universidad tiene la responsabilidad de integrar las TIC desde una perspectiva ética, crítica y humanizadora, orientada a fortalecer la comunicación, promover la inclusión y contribuir a la transformación social. Es por ello, que la construcción del conocimiento representa una práctica social y ética, que exige formar profesionales capaces de interpretar la complejidad del mundo digital, dialogar con la diversidad y actuar con responsabilidad en la construcción de una sociedad más justa, plural y democrática.

Referencias Consultadas

- Cook, T. D., & Reichardt, C. S. (1986). *Métodos cualitativos y*

cuantitativos en investigación evaluativa. Morata.

- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Gardner, H. (1983). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Basic Books.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa: Vol. 1. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus.
- Heidegger, M. (2006). *Prolegómenos para una historia del concepto de tiempo*. Alianza Editorial.
- Husserl, E. (1962). *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica I* (J. Gaos, Trad.). Fondo de Cultura Económica.
- Instefjord, E. J., & Munthe, E. (2017). Educating digitally competent teachers: A study of integration of professional digital competence in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 67, 37-45. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.05.016>

- Kuhn, T. S. (2005). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.
- Martínez, M. (1998). *La investigación cualitativa etnográfica en educación*. Trillas.
- Martínez, M. (2006). La investigación cualitativa (Síntesis conceptual). *Revista de Investigación en Psicología*, 9(1), 123-146.
- Olmeda, M. (2007). *Ética profesional en el ejercicio del derecho* (2ª ed.). Departamento Editorial Universitaria.
- Peña, G. (2003). *Fundamentos de ontología dialéctica* (5ª ed.). Siglo XXI.
- Piñero, M. L., & Rivera, M. E. (2013). *Investigación cualitativa: Orientaciones procedimentales*. Ediciones UPEL.
- Platón. (1926). La lógica del ser de Platón. En N. Hartmann, *Ética y nuevos caminos de ontología*. (Obra original publicada ca. 1909).
- Vigotsky, L. S. (1979). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Grijalbo.

LENGUAJE E IDENTIDAD INDIVIDUAL: UN ANÁLISIS COMPARATIVO GRAMATICAL DEL ESPAÑOL Y EL INGLÉS Y SU POTENCIAL LIBERADOR EN LA SOCIEDAD

AUTORA:

LUGO, BETSY

Resumen

Este ensayo reflexivo examina cómo las estructuras gramaticales del español y del inglés configuran la identidad individual y posibilitan o limitan la agencia discursiva de los hablantes. Se adopta un enfoque reflexivo-comparativo, que integra análisis de la estructura gramatical, la dimensión semántica y pragmática, y el potencial emancipador del lenguaje. Los resultados muestran que el español, con flexión verbal compleja, concordancia detallada y orden sintáctico flexible, facilita matices de subjetividad, contextualización social y estrategias discursivas más ricas. El inglés, con sintaxis lineal y estructuras explícitas, prioriza claridad, acción directa y precisión referencial, pero limita ciertas expresiones de la subjetividad (Whitley, 2018; Ortega, 2023). Estas diferencias gramaticales condicionan la construcción de la identidad, la percepción del rol del hablante como agente o paciente del discurso, y la capacidad de cuestionar estructuras de poder lingüístico (Halliday, 2020; Pennycook, 2021). La discusión integra perspectivas de lingüística crítica, funcional y cognitiva, evidenciando que la gramática no es neutral, sino un instrumento que puede liberar o restringir la expresión individual y colectiva (Fairclough, 2022; Butler, 2020). La reflexión sobre la interacción entre español e inglés permite valorar el bilingüismo como un recurso de pluralidad expresiva y emancipación simbólica. Se concluye que el lenguaje constituye un instrumento de liberación simbólica, y que la educación lingüística debe fomentar la conciencia metalingüística, la diversidad expresiva y la autonomía discursiva del sujeto.

Palabras clave: gramática contrastiva, identidad individual, español, inglés, lingüística crítica, bilingüismo, emancipación simbólica.

Language and individual identity: A comparative grammatical analysis of Spanish and English and their liberating potential in society

Abstract

This reflective essay examines how the grammatical structures of Spanish and English shape individual identity and enable or limit speakers' discursive agency. It adopts a comparative reflexive approach, integrating analyses of grammatical structure, semantic and pragmatic dimensions, and the emancipatory potential of language. The results show that Spanish, with its complex verb inflection, detailed agreement, and flexible syntactic order, facilitates nuances of subjectivity, social contextualization, and richer discursive strategies. English, with its linear syntax and explicit structures, prioritizes clarity, direct action, and referential precision, but limits certain expressions of subjectivity (Whitley, 2018; Ortega, 2023). These grammatical differences condition the construction of identity, the perception of the speaker's role as agent or patient of discourse, and the capacity to question structures of linguistic power (Halliday, 2020; Pennycook, 2021). The discussion integrates perspectives from critical, functional, and cognitive linguistics, demonstrating that grammar is not neutral, but rather an instrument that can liberate or restrict individual and collective expression (Fairclough, 2022; Butler, 2020). Reflecting on the interaction between Spanish and English allows us to value bilingualism as a resource for expressive plurality and symbolic emancipation. It is concluded that language constitutes an instrument of symbolic liberation, and that language education should foster metalinguistic awareness, expressive diversity, and the subject's discursive autonomy.

Keywords: contrastive grammar, individual identity, Spanish, English, critical linguistics, bilingualism, symbolic emancipation.

Introducción

El lenguaje no solo transmite información; constituye un

instrumento estructural de pensamiento, acción y construcción de identidad. Desde la lingüística

crítica y la filosofía del lenguaje, se reconoce que la gramática refleja ideologías culturales, normas sociales y modelos de subjetividad (Fairclough, 2022; Halliday, 2020). Las decisiones gramaticales —como el orden de constituyentes, la selección de formas verbales o la concordancia— no solo comunican, sino que sitúan al sujeto en el mundo y determinan su relación con los otros.

En contextos globalizados, el contacto entre lenguas plantea interrogantes sobre cómo estas diferencias estructurales afectan la expresión de la identidad. El español, con su complejidad morfológica y flexibilidad sintáctica, favorece la introspección, la contextualización social y la expresión de matices identitarios. El inglés, con su sintaxis lineal y estructuras más rígidas, privilegia la claridad referencial y la acción directa, orientando la percepción del sujeto hacia la eficiencia comunicativa (Whitley, 2018; Ortega, 2023).

El presente ensayo reflexivo adopta un enfoque reflexivo-comparativo, articulando teoría gramatical,

semántica/pragmática y filosofía del lenguaje, para examinar cómo el español y el inglés median la agencia del hablante, su autoafirmación y la posibilidad de emancipación simbólica. Se busca demostrar que la gramática no solo organiza palabras, sino que configura la identidad y el poder de expresión de los sujetos en la sociedad. Además, se analiza cómo la práctica bilingüe puede enriquecer las capacidades expresivas y críticas sin subordinación cultural.

Justificación

Estudiar la relación entre gramática e identidad permite reconocer que las lenguas no son neutras: son sistemas que generan realidad social y moldean la subjetividad (Halliday, 2020). La comparación entre español e inglés ofrece un marco para analizar cómo las estructuras gramaticales median la autonomía expresiva, cuestionan la hegemonía lingüística y promueven el bilingüismo como recurso emancipador (Pennycook, 2021; Mignolo, 2019).

El español, con su complejidad morfológica y orden sintáctico flexible,

permite gradaciones de significado y matices subjetivos, mientras que el inglés organiza el discurso en estructuras más lineales y orientadas a la acción. Comprender estas diferencias contribuye a una pedagogía crítica que reconoce la gramática como instrumento de emancipación simbólica, fomentando la pluralidad expresiva, la conciencia metalingüística y la participación activa del hablante en la construcción de significados culturales y sociales.

Metodología

El ensayo utiliza un enfoque reflexivo-comparativo basado en tres ejes analíticos:

1. Estructura gramatical: Se analizan constituyentes como sujeto, verbo, complementos, orden sintáctico y concordancia, considerando cómo cada lengua representa roles argumentales y agencia del hablante (Benveniste, 1971; Whitley, 2018). Se examinan tanto oraciones simples como complejas y su potencial para expresar subjetividad y contexto social.

2. Interpretación semántica y pragmática: Se estudian las elecciones lingüísticas que reflejan valores culturales, ideológicos y contextuales, evaluando cómo los hablantes construyen su identidad y posicionamiento discursivo (Vygotsky, 1986; Tomasello, 2019).

3. Perspectiva emancipadora: Se analiza cómo el lenguaje puede ser un instrumento de empoderamiento, autoafirmación y transformación social. Se integra la teoría de la lingüística crítica y la filosofía del lenguaje para interpretar cómo las estructuras gramaticales median el poder simbólico del sujeto (Fairclough, 2022; Austin, 1962; Butler, 2020).

La comparación de español e inglés se realiza considerando flexibilidad sintáctica, riqueza morfológica, precisión referencial y construcción de agencia discursiva, articulando análisis gramatical con teorías filosóficas y sociales.

Resultados y análisis comparativos

Orden sintáctico y flexibilidad:

El español permite orden variable de constituyentes y omisión del sujeto (pro-drop), lo que facilita la contextualización, el énfasis discursivo y estrategias de subjetividad diferenciadas. El inglés, con su estructura SVO fija y la obligatoriedad de sujetos explícitos, prioriza la claridad y acción directa, limitando la expresión de matices subjetivos (Whitley, 2018; Ortega, 2023).

Morfología y concordancia:

El español expresa persona, número, tiempo, modo y aspecto a través de morfología verbal rica, lo que ofrece mayores posibilidades para reflejar agencia y temporalidad. En inglés, estas funciones se cumplen mediante auxiliares y partículas, favoreciendo claridad, pero reduciendo la densidad expresiva (Hill, Mayberry & Baranowski, 2014).

Agencia y semántica del sujeto:

En español, la flexibilidad en roles temáticos permite que el hablante se posicione como agente o paciente según la intención comunicativa. En

inglés, el sujeto se define más linealmente, enfatizando la acción sobre la introspección (Pennycook, 2021).

Comparación con otros autores:

Halliday (2020) identifica la gramática como un conjunto de opciones de significado, mientras que Fairclough (2022) enfatiza su dimensión crítica en la construcción de poder y autonomía. Butler (2020) introduce la noción de identidad performativa, demostrando cómo las elecciones lingüísticas modelan la expresión de género, rol y agencia. Estos hallazgos muestran que la gramática es un instrumento de libertad o restricción, dependiendo de su uso.

Discusión

El contraste entre español e inglés revela cómo la gramática modula la construcción de la identidad y la agencia del hablante. Mientras el español permite introspección, matices sociales y construcción flexible del sujeto, el inglés favorece la claridad, la eficiencia comunicativa y la linealidad referencial (Hill et al., 2014; Whitley, 2018).

Integrando a Pennycook (2021) y Mignolo (2019), se observa que la

gramática también refleja estructuras de poder y posibilidades de emancipación simbólica. La enseñanza bilingüe puede potenciar la pluralidad expresiva si se adopta un enfoque dialógico, reconociendo la riqueza del español y el valor instrumental del inglés, evitando la subordinación cultural. Además, estudios de lingüística cognitiva indican que las diferencias en concordancia y flexión influyen en el procesamiento de roles temáticos y en la percepción de la agencia del sujeto (Ortega, 2023).

En contextos educativos, esta reflexión sugiere que el bilingüismo crítico no solo amplía la competencia comunicativa, sino que también fomenta autonomía, pensamiento crítico y capacidad de cuestionar estructuras sociales dominantes.

Conclusión

El análisis comparativo demuestra que la gramática del español y del inglés influye profundamente en la construcción de identidad, agencia y subjetividad. El español, con su flexibilidad sintáctica y riqueza morfológica, permite expresión compleja, contextualización social y

introspección; el inglés enfatiza claridad, linealidad y acción directa. Estas diferencias muestran que la gramática es un instrumento que puede liberar o restringir la expresión individual y social (Fairclough, 2022; Pennycook, 2021).

La práctica bilingüe, abordada desde una pedagogía crítica, ofrece a los hablantes herramientas para construir narrativas más inclusivas y autónomas, potenciando la pluralidad expresiva y la emancipación simbólica sin desplazar la lengua materna (Mignolo, 2019; García & Otheguy, 2020). En consecuencia, el aprendizaje y uso de lenguas deben ir más allá de la competencia comunicativa: deben promover conciencia metalingüística, respeto por la diversidad lingüística y autonomía del sujeto, contribuyendo al desarrollo humano y social integral.

Referencias

- Austin, J. L. (1962). *How to Do Things with Words*. Oxford University Press.
- Benveniste, É. (1971). *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI.

- Butler, J. (2020). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós.
- Fairclough, N. (2022). *Language and Power* (3rd ed.). Routledge.
- García, O., & Otheguy, R. (2020). *Translanguaging and the Globalization of Sociolinguistics*. Routledge.
- Halliday, M. A. K. (2020). *An Introduction to Functional Grammar* (5th ed.). Routledge.
- Hill, S., Mayberry, M., & Baranowski, E. (2014). *Bilingual Grammar of English-Spanish Syntax*. University Press of America.
- Ortega, L. (2023). *Second Language Learning and Human Diversity*. Cambridge University Press.
- Pennycook, A. (2021). *Critical Applied Linguistics: A Critical Introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Whitley, S. (2018). *Spanish/English Contrasts: A Course in Spanish Linguistics* (2nd ed.). Georgetown University Press.
- Tomasello, M. (2019). *Becoming Human: A Theory of Ontogeny*. Harvard University Press.
- Vygotsky, L. S. (1986). *Thought and Language*. MIT Press.

EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO Y LA CONDUCTA EN ADOLESCENTES: UN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA INTERACCIÓN ENTRE FACTORES BIOLÓGICOS Y SOCIALES DESDE UNA PERSPECTIVA INTEGRADORA.

AUTOR:

PRIMERA, JOSÉ

Resumen

La adolescencia constituye una fase clave del desarrollo humano, caracterizada por una profunda reorganización biológica, cognitiva, emocional y social que influye decisivamente en la configuración del pensamiento, la conducta y la identidad personal. El presente artículo tiene como objetivo analizar la evolución del pensamiento y la conducta en adolescentes desde un enfoque reflexivo-comparativo, mediante la revisión crítica de literatura científica interdisciplinaria proveniente de la neurociencia, la psicología del desarrollo y las ciencias sociales. El análisis comparativo se centra en contrastar enfoques biológicos y socioculturales, así como en examinar las condiciones bajo las cuales los entornos digitales influyen de manera diferencial en la regulación emocional, la ansiedad, el sentido de pertenencia y la construcción identitaria adolescente. Los resultados derivados de la revisión evidencian que la maduración neurobiológica establece ventanas de vulnerabilidad y oportunidad que no determinan por sí mismas la conducta, sino que interactúan dinámicamente con contextos familiares, educativos, culturales y tecnológicos. Asimismo, la literatura revisada muestra que los efectos de la digitalización no son homogéneos ni lineales: mientras el uso intensivo y no mediado de tecnologías digitales se asocia con mayores niveles de ansiedad y aislamiento, el uso moderado, activo y socialmente mediado puede favorecer el apoyo social y el desarrollo de competencias socioemocionales. En conclusión, el artículo propone comprender la adolescencia no como una etapa de crisis, sino como un proceso complejo y formativo, en el que biología y cultura se co-construyen, ofreciendo

implicaciones relevantes para la investigación, la educación y las políticas de desarrollo humano, especialmente en contextos latinoamericanos

Palabras clave:

Adolescencia; desarrollo humano; factores biológicos; factores sociales

Abstract

Adolescence constitutes a key phase of human development, characterized by a profound biological, cognitive, emotional, and social reorganization that decisively influences the shaping of thought, behavior, and personal identity. This article aims to analyze the evolution of thought and behavior in adolescents from a reflective-comparative approach, through a critical review of interdisciplinary scientific literature from neuroscience, developmental psychology, and the social sciences.

The comparative analysis focuses on contrasting biological and sociocultural approaches, as well as examining the conditions under which digital environments differentially influence emotional regulation, anxiety, sense of belonging, and adolescent identity formation. The results of the review show that neurobiological maturation establishes windows of vulnerability and opportunity that do not determine behavior on their own, but rather interact dynamically with family, educational, cultural, and technological contexts.

Likewise, the reviewed literature shows that the effects of digitalization are neither homogeneous nor linear: while intensive and unmediated use of digital technologies is associated with higher levels of anxiety and isolation, moderate, active, and socially mediated use can foster social support and the development of socio-emotional skills. In conclusion, the article proposes understanding adolescence not as a stage of crisis, but as a complex and formative process in which biology and culture are co-constructed, offering relevant implications for research, education, and human development policies, especially in Latin American contexts.

Keywords:

Adolescence; human development; biological factors; social factors

INTRODUCCIÓN

La adolescencia ha sido históricamente interpretada desde enfoques que oscilan entre el determinismo biológico y las explicaciones socioculturales, dando lugar a representaciones parciales que, en muchos casos, la conciben como una etapa problemática o de crisis normativa. Sin embargo, los avances recientes en neurociencia, psicología del desarrollo y ciencias sociales han permitido replantear esta visión, destacando la adolescencia como un periodo de reorganización profunda y de alta plasticidad, tanto a nivel cerebral como simbólico y relacional.

En la actualidad, los adolescentes se desarrollan en contextos marcados por transformaciones aceleradas en las dinámicas familiares, educativas y culturales, así como por una creciente mediación tecnológica. Estas condiciones introducen nuevas

formas de interacción, aprendizaje y construcción identitaria que inciden directamente en los procesos de pensamiento, regulación emocional y conducta. No obstante, el impacto de dichos entornos no puede comprenderse desde explicaciones causales simples, ya que la evidencia empírica muestra efectos diversos y condicionados por variables contextuales.

En este escenario, se vuelve necesario un enfoque integrador que permita analizar cómo la maduración neurobiológica —particularmente del córtex prefrontal— interactúa con los sistemas simbólicos, comunicativos y culturales en los que el adolescente construye significado. El presente artículo se inscribe en esta necesidad, proponiendo un análisis reflexivo-comparativo que articule distintos niveles de explicación y derive hallazgos a partir de la revisión crítica de investigaciones recientes.

JUSTIFICACIÓN

Analizar la evolución del pensamiento y la conducta en la adolescencia desde una perspectiva integradora

constituye una necesidad científica, educativa y social. La evidencia contemporánea demuestra que los procesos neurobiológicos propios de

esta etapa no determinan de manera directa las trayectorias conductuales, sino que interactúan dinámicamente con los contextos familiares, educativos, culturales y tecnológicos en los que el adolescente se desarrolla.

Desde el punto de vista epistemológico, este artículo responde a la necesidad de superar los enfoques reduccionistas que explican el desarrollo adolescente exclusivamente desde la biología o desde el constructivismo social. La revisión comparativa de la literatura permite identificar patrones, tensiones y condiciones contextuales que explican la diversidad de experiencias adolescentes, particularmente en relación con la regulación emocional, la ansiedad y el uso de entornos digitales.

En el plano educativo y social, la relevancia del trabajo radica en ofrecer una comprensión más matizada de los efectos de la digitalización, evitando generalizaciones que estigmaticen a los adolescentes o a las tecnologías. Reconocer que los efectos negativos o positivos dependen de condiciones

específicas como el tipo de uso, la mediación adulta y el contexto cultural permite diseñar intervenciones educativas y políticas públicas más ajustadas a la realidad juvenil.

Finalmente, en el contexto latinoamericano y específicamente en el ámbito académico de la UNEFM, este enfoque integrador aporta elementos para el diseño de investigaciones y programas formativos que reconozcan las particularidades culturales, comunicativas y sociales de la región, contribuyendo al desarrollo humano desde una perspectiva ética y humanista.

METODOLOGÍA

El estudio se desarrolla mediante un diseño cualitativo de revisión teórica reflexiva con análisis comparativo, cuyo objetivo es integrar y contrastar modelos explicativos sobre el desarrollo adolescente provenientes de distintas disciplinas. No se trata de una investigación empírica con recolección de datos primarios, sino de un análisis sistemático de evidencia secundaria.

Procedimiento de revisión bibliográfica

La búsqueda de literatura se realizó en bases de datos académicas especializadas (Scopus, Web of Science, PsycINFO y Google Scholar), considerando publicaciones entre 2018 y 2024. Los criterios de inclusión fueron:

- a) Relevancia temática en desarrollo adolescente, neurociencia, psicología del desarrollo y cultura digital;
- b) Respaldo metodológico explícito;
- c) Impacto académico de los autores;
- d) Pertinencia para el análisis comparativo entre factores biológicos y socioculturales.

Ejes de comparación

El análisis comparativo se estructuró en tres ejes:

- 1. Enfoques teóricos: comparación entre modelos neurobiológicos y modelos psicosociales del desarrollo adolescente.
- 2. Niveles de análisis: contraste entre explicaciones biológicas, sociales e integradoras.
- 3. Condiciones contextuales: análisis de los efectos diferenciales del uso de tecnologías digitales según

intensidad, tipo de uso y mediación social.

Los resultados se derivan de la identificación de patrones recurrentes, divergencias y condiciones explicativas presentes en la literatura revisada, los cuales son interpretados críticamente en la sección de discusión.

RESULTADOS DEL ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA LITERATURA

El análisis comparativo de la literatura científica revisada (2018–2024) permitió identificar patrones consistentes, tensiones conceptuales y condiciones contextuales en la relación entre desarrollo adolescente, procesos neurobiológicos y entornos socioculturales, particularmente en lo referente al uso de tecnologías digitales.

1. Hallazgos sobre desarrollo neurobiológico y regulación emocional

Los estudios neurocientíficos coinciden en que la maduración del córtex prefrontal —clave para la autorregulación emocional, la toma

de decisiones y el control inhibitorio— se extiende hasta la adultez temprana. Investigaciones longitudinales reportan que esta asincronía madurativa, combinada con una elevada reactividad del sistema límbico, incrementa la sensibilidad del adolescente a estímulos sociales y emocionales intensos.

Desde una perspectiva comparativa, la literatura muestra que la biología no predice de forma directa conductas problemáticas, sino que establece ventanas de vulnerabilidad y oportunidad, cuyo impacto depende del contexto relacional y simbólico en el que el adolescente se desarrolla.

2. Hallazgos sobre entornos digitales, ansiedad y aislamiento

La revisión revela resultados no homogéneos, lo que refuta visiones deterministas sobre el impacto de la tecnología digital. Diversos estudios reportan asociaciones estadísticas entre uso intensivo y no regulado de redes sociales y mayores niveles de ansiedad, síntomas depresivos y alteraciones del sueño en adolescentes, especialmente cuando:

- El tiempo de exposición diaria supera las 3–4 horas,
- El uso se orienta al consumo pasivo (scrolling),
- Existe comparación social constante,
- Hay baja mediación familiar o escolar.

En contraste, otros estudios indican que el uso moderado, activo y socialmente mediado de plataformas digitales se asocia con:

- Mayor percepción de apoyo social,
- Fortalecimiento del sentido de pertenencia,
- Desarrollo de habilidades comunicativas y cognitivas.

Estos hallazgos sugieren que la tecnología no actúa como causa directa, sino como amplificador de condiciones previas (emocionales, familiares, culturales y educativas).

3. Diferencias contextuales y culturales

La literatura comparada evidencia que los efectos de la digitalización varían significativamente según el contexto sociocultural. En entornos con mayor desigualdad social, inestabilidad institucional o fragilidad

de redes comunitarias características frecuentes en contextos latinoamericanos, la tecnología puede cumplir una función ambivalente: simultáneamente como recurso de conexión y como factor de aislamiento.

Este patrón refuerza la necesidad de incorporar variables culturales, comunicativas y educativas como mediadores críticos entre biología, tecnología y conducta adolescente.

DISCUSIÓN

Los resultados derivados de la revisión comparativa confirman que la adolescencia no puede ser comprendida desde explicaciones lineales ni causales simples. La interacción entre maduración neurobiológica, comunicación simbólica y contextos digitales configura un sistema dinámico en el que los efectos positivos o negativos dependen de condiciones específicas, no de la etapa vital en sí misma.

En relación con los entornos digitales, los datos revisados permiten superar generalizaciones frecuentes en el discurso público y académico. La evidencia sugiere que la ansiedad y

el aislamiento no son consecuencias inevitables del uso tecnológico, sino fenómenos emergentes cuando convergen factores como la falta de regulación emocional, la ausencia de acompañamiento adulto, la presión por la autoexposición y contextos sociales fragmentados. En cambio, cuando el uso digital está mediado por vínculos significativos, normas claras y objetivos educativos, puede convertirse en un recurso para la exploración identitaria y el aprendizaje social.

Desde una perspectiva integradora, estos hallazgos respaldan la tesis central del ensayo: la conducta adolescente no es producto exclusivo de la biología ni del entorno, sino de la co-construcción entre ambos, mediada por procesos comunicativos. La neuroplasticidad propia de esta etapa amplifica tanto los riesgos como las posibilidades de desarrollo, lo que explica la diversidad de trayectorias observadas en distintos contextos sociales y culturales.

En el contexto latinoamericano y particularmente en el ámbito universitario venezolano (UNEFM), estos resultados invitan a replantear

enfoques educativos y de investigación que incorporen variables culturales, comunicativas y tecnológicas de manera situada. La adolescencia, entendida desde esta óptica, no constituye un problema a corregir, sino una fase estratégica de formación del pensamiento crítico, la identidad moral y la participación social

CONCLUSIONES

El análisis reflexivo-comparativo desarrollado en el presente artículo permite afirmar que la adolescencia no puede ser comprendida de manera adecuada desde enfoques unidimensionales que reduzcan el pensamiento y la conducta a la sola maduración biológica del cerebro. Si bien la neurociencia ha aportado evidencia sólida sobre los procesos de reorganización neuroendocrina y la maduración progresiva del córtex prefrontal, los resultados derivados de la revisión crítica de la literatura muestran que dichos procesos no operan como causas directas ni su objetivo central al desmontar explicaciones deterministas y proponer una comprensión más

determinantes del comportamiento adolescente. Por el contrario, establecen condiciones de posibilidad que solo adquieren significado en interacción con los contextos sociales, culturales y simbólicos en los que el adolescente se desarrolla.

Desde esta perspectiva, el análisis comparativo entre modelos biológicos y psicosociales permitió identificar las limitaciones de los enfoques reduccionistas que interpretan la adolescencia como una etapa inherentemente problemática o deficitaria. La evidencia revisada demuestra que conductas asociadas frecuentemente a la impulsividad, la ansiedad o la desregulación emocional no pueden atribuirse exclusivamente a la inmadurez cerebral, sino que emergen de la interacción dinámica entre la plasticidad neurobiológica propia de esta etapa y las condiciones relacionales, comunicativas y culturales del entorno. De este modo, el artículo responde directamente a la pregunta de investigación planteada: ¿cómo se relaciona la maduración biológica con la conducta adolescente? La respuesta es: de manera compleja e integrada del desarrollo adolescente.

Asimismo, el análisis de los entornos digitales constituye un ejemplo enfoque integrador permite superar los reduccionismos biológicos. Los resultados evidencian que el impacto de la tecnología sobre la salud emocional y la conducta adolescente no es homogéneo ni universal, sino que depende de variables mediadoras como el tipo de uso, la intensidad de la exposición, la mediación adulta y el contexto sociocultural. Esta constatación refuerza la idea de que la biología, por sí sola, no explica las trayectorias de desarrollo, y que los efectos observados son el resultado de procesos de co-construcción entre organismo y ambiente.

En conjunto, el enfoque reflexivo-comparativo adoptado en este trabajo permite comprender el pensamiento y la conducta adolescentes como procesos evolutivos abiertos, situados y relacionales, en los que la neurobiología interactúa de manera constante con el lenguaje, la comunicación y las prácticas sociales. Al integrar estos niveles de análisis, el artículo contribuye a una epistemología del desarrollo humano

concreto de cómo el

que reconoce la complejidad del fenómeno adolescente y evita tanto la patologización como la idealización de esta etapa vital.

Finalmente, esta conclusión tiene implicaciones relevantes para la investigación, la educación y las políticas públicas, especialmente en contextos latinoamericanos. Superar los reduccionismos biológicos no solo mejora la comprensión teórica de la adolescencia, sino que permite diseñar intervenciones educativas y sociales más contextualizadas, éticas y eficaces, que reconozcan al adolescente como sujeto activo de su desarrollo y como agente potencial de transformación personal y social. De este modo, el artículo reafirma su aporte académico al proponer una visión integradora, crítica y humanista del desarrollo adolescente contemporáneo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Blakemore, S.-J. (2018). *Inventing ourselves: The secret life of the teenage brain*. PublicAffairs.

- Bronfenbrenner, U., & Morris, P. A. (2006). The bioecological model of human development. En R. M. Lerner (Ed.), *Handbook of child psychology* (6th ed., Vol. 1, pp. 793–828). Wiley.
- Casey, B. J. (2022). *The teenage brain: A neuroscientist's survival guide to raising adolescents and young adults*. Harper.
- Crone, E. A., & Dahl, R. E. (2022). Understanding adolescence as a period of social–affective engagement and goal flexibility. *Nature Reviews Neuroscience*, 23(8), 484–496. <https://doi.org/10.1038/s41583-022-00585-4>
- Immordino-Yang, M. H. (2023). *Emotions, learning, and the brain: Exploring the educational implications of affective neuroscience* (2nd ed.). Norton.
- Lerner, R. M., & Overton, W. F. (2021). Developmental contextualism and the life-span view of person-context relations. *Advances in Child Development and Behavior*, 60, 1–32. <https://doi.org/10.1016/bs.acdb.2020.11.001>
- Morin, E. (2020). *La mente bien ordenada*. Seix Barral.
- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wickremarathne, D., & Patton, G. C. (2018). The age of adolescence. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 2(3), 223–228. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(18\)30022-1](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(18)30022-1)
- Steinberg, L. (2020). *Adolescence* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Tokuhami-Espinosa, T. (2022). *Neuromyths: Debunking false ideas about the brain*. Harvard Education Press.
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: The real differences between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents*. Atria Books.
- Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2022). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140(Suppl. 2), S67–S70. <https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758E>.

EL RITUAL DEL CAFÉ DESDE LA VOZ DEL OTRO: CONECTOR SEMIÓTICO EN LA CO-CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD COMUNICATIVA

AUTOR:

ORTEGA POLANCO, VÍCTOR RAFAEL

Resumen

El propósito de este ensayo se orienta a describir e interpretar las prácticas y discursos que constituyen el acto de tomar café, para develar su rol como constructor de la intersubjetividad y articulador de la comunicación en la vida cotidiana. El estudio trasciende la función organoléptica de esta bebida para analizarla como un catalizador de intersubjetividad y un unificador de interacciones sociales. El sustento ontológico concibe la realidad como una construcción social, múltiple y dialógica. Metodológicamente, el trabajo se inscribe en el paradigma interpretativo, con fundamento en el estilo de pensamiento introspectivo-vivencial, con un enfoque cualitativo y un diseño etnográfico para realizar una inmersión profunda en contextos de consumo (hogares, oficinas, cafeterías), en donde se emplearán técnicas de recolección que incluyen entrevistas en profundidad y observación participante, orientadas a capturar descripciones densas de los actores sociales. El marco conceptual integra la fenomenología social de Schutz, la microsociología de Goffman, la comunicación humana de Watzlawick, la teoría cultural de Geertz y la teoría de semiótica de Umberto Eco, para explorar cómo este ritual cotidiano articula significados, forja identidades y contribuye a la construcción intersubjetiva de la realidad social. La intencionalidad de este estudio es proponer un nuevo entramado teórico, demostrando el profundo rol del café como dispositivo semiótico dinámico que moldea activamente la intersubjetividad y articula la comunicación. La revisión preliminar sugiere que el café actúa como un aglutinante social que permite negociar identidades y normas culturales, aportando una herramienta analítica innovadora para las ciencias sociales y la

comunicación al revalorizar lo rutinario como el escenario donde se gesta la intersubjetividad humana. El resultado esperado es una teoría sustantiva que valide el ritual del café como un conector semiótico de cohesión. Se obtendrán descripciones densas sobre cómo este acto cotidiano construye identidad comunicativa e intersubjetividad transformando lo trivial en conocimiento científico.

Palabras clave: Ritual del café, identidad comunicativa, intersubjetividad, fenomenología social, semiótica.

Abstract

The purpose of this essay is to describe and interpret the practices and discourses that constitute the act of drinking coffee, in order to unveil its role as a constructor of intersubjectivity and an articulator of communication in everyday life. The study transcends the organoleptic function of this beverage to analyze it as a catalyst for intersubjectivity and a unifier of social interactions. The ontological foundation conceives reality as a social, multiple, and dialogical construction. Methodologically, the work is situated within the interpretive paradigm, based on an introspective-experiential style of thought, with a qualitative approach and an ethnographic design for deep immersion in consumption contexts (homes, offices, coffee shops). Data collection techniques will include in-depth interviews and participant observation, aimed at capturing dense descriptions of social actors. The conceptual framework integrates Schutz's social phenomenology, Goffman's microsociology, Watzlawick's human communication, Geertz's cultural theory, and Umberto Eco's semiotic theory, to explore how this daily ritual articulates meanings, forges identities, and contributes to the intersubjective construction of social reality. The intentionality of this study is to propose a new theoretical framework, demonstrating the profound role of coffee as a dynamic semiotic device that actively shapes intersubjectivity and articulates communication. Preliminary review suggests that coffee acts as a social binder that allows for the negotiation of identities and cultural norms, providing an innovative analytical tool for social sciences and communication by re-evaluating the routine as the scenario where human intersubjectivity is generated. The expected outcome is a substantive

theory that validates the coffee ritual as a semiotic connector of cohesion. Dense descriptions will be obtained on how this daily act constructs communicative identity and intersubjectivity, transforming the trivial into scientific knowledge.

Keywords: Coffee ritual, communicative identity, intersubjectivity, social phenomenology, semiotic

Introducción

En la sociedad contemporánea, la generación de espacios formativos cobra cada día mayor notoriedad, y su papel se revela cada vez más notable tanto desde una perspectiva académica como social, pues es a partir de estos escenarios desde donde se impulsan nuevas formas de articulación con la sociedad, permitiendo al individuo sumarse como protagonista activo y contribuir a alcanzar los objetivos de educación de calidad desde lo personal como forma de contribución académica que trasciende la mera acumulación de conocimiento formal.

Sobre este particular, este trabajo parte de la convicción de que existe una necesidad ineludible de generar una mejor forma de articular la investigación como columna vertebral de los procesos formativos a nivel doctoral, procesos los cuales se orientan a promover modos de acción que permitan aumentar la calidad y la creatividad en el desempeño de los participantes en esas actividades desde la necesidad individual de formación y creación, de manera que

la aplicación de estos procesos pueda arrojar información de importancia para el perfeccionamiento de nuestro trabajo de investigación, constituyéndose así en un mecanismo generador no solo de conocimiento sino de transformación subjetiva en el investigador.

El propósito central de este trabajo, es proporcionar algunas referencias orientadas a reforzar las competencias investigativas de los participantes de los estudios de doctorado, así como también motivar la realización de actividades que propicien la formación continua como medio para el logro de los propósitos establecidos por la institución universitaria que oferta este tipo de estudios; dicho de otro manera, este trabajo constituye un intento de identificar cuestiones relevantes para el perfeccionamiento de nuestra tesis doctoral, la cual se consolidará a partir de estos productos que aspiramos ir desarrollando en cada uno de los episodios académicos en construcción.

A propósito de la sustentación conceptual, es oportuno destacar que

su revisión me permitirá familiarizarme con el tema, al disponer de la información necesaria para la comprensión desde el aspecto teórico hasta la praxis social abordada en la investigación, visibilizando e identificando el foco de estudio abordado metodológicamente, axiológicamente y epistemológicamente.

Ahora bien, los seres humanos que intervienen en todo proceso social lo hacen desde la integralidad de su personalidad, porque no somos únicamente razón, pensamientos y acciones, sino que somos también emoción, corazón, alma y espíritu, con todo lo que eso significa en términos de la complejidad que atraviesa nuestra subjetividad; y por supuesto, lo que sentimos y cómo percibimos el mundo, cómo lo entendemos y lo comprendemos, va a verse reflejado en nuestro estilo de interacción en cualquier proceso investigativo.

Así mismo, también entran en juego estas emociones, sobre todo cuando nosotros como doctorandos no somos asépticos, no somos ajenos a lo que está ocurriendo en el

entorno, máxime cuando cada uno tiene su identidad biológica, psicosocial y espiritual que lo distingue de otras personas y que configura, de manera irrenunciable, su posición desde la cual se relaciona con la realidad circundante.

Dicho de otra forma, en el abordaje de cualquier investigación científica, esta debe estar enrumada siempre a la búsqueda de la imparcialidad y en la que además el investigador evite los prejuicios que pudiera tener sobre el tema. Tal como lo señala Barrera (2014: 78), para quien "la investigación no es un acto aséptico, desprovisto de valores; por el contrario, está intrínsecamente ligada a un sistema de creencias, principios y propósitos que guían al investigador en cada etapa del proceso". Vale decir, desde la perspectiva de Barrera los valores que subyacen a la investigación científica puede enriquecerla, dotándola de mayor pertinencia social y significado, al convertirla en un acto de compromiso ético y axiológico, en la que el investigador asume la responsabilidad de sus elecciones y

de las implicaciones de sus hallazgos.

El sabor del sorbo referencial

El acto de compartir un café representa un rito cotidiano que puede reunir diversos elementos comunicativos, culturales y sociales, con lo que se crean en él vínculos de relaciones, interacción, sociabilidad y encuentro entre las personas que participan de este ritual; dicho con otras palabras, éste se convierte en símbolo cultural, propiciador de reencuentros, articulador de la comunicación humana y en un elemento unificador que conecta personas en sus interacciones sociales.

Por ello, me propongo configurar un entramado teórico referencial sobre el ritual del café desde la voz del otro como un conector semiótico en la co-construcción de la identidad emisa, concibiendo la realidad como una construcción social, múltiple y dialógica, donde el café actúa como un significante cultural cargado de variedad, capaz de articular experiencias, rituales y narrativas que

comunicativa en el mundo de la vida cotidiana, lo que me aportará una nueva forma de comprender los discursos como forma de interpretar la experiencia humana, pues estos rituales representan un lugar de lo simbólico desde donde se construyen y se reconstruyen los imaginarios colectivos, sus creencias así como los valores que cimientan dándole cohesión a la sociedad en su dimensión más fundamental.

En ese orden de ideas, en esta investigación, el café emerge como un punto de conexión semiótico de notable complejidad, trascendiendo su función meramente organoléptica, de bebida estimulante y activador de energías, para instalarse como un catalizador fundamental en la configuración de la identidad comunicativa. Esta investigación se propone desentrañar el entramado teórico que subyace a esta praxis y cimientan las bases de la interacción humana Schutz (1967: 23).

Estos rituales representan, como bien lo indica Uribe (1992: 8), “un lugar de lo simbólico, un espacio de los intercambios desde donde se construyen y se reconstruyen los

imaginarios colectivos, los referentes de identidad, así como los reconocimientos de lo igual y de lo diferente”. Es decir, es aquí donde se llevan a cabo los ritos de la vida, los procesos sociales, la expresión de la existencia, las relaciones de lo humano y, en general, los desarrollos de lo que se ha denominado sociedad, entendiendo que esta no es una entidad abstracta sino el resultado emergente de las prácticas cotidianas que le otorgan sentido y consistencia.

Sobre este particular, López Loyo (2021) plantea que los sujetos que viven en el mundo social están definidos por estructuras biográficas que sugieren que cada persona está situada en el mundo de cierta manera, porque todas sus experiencias son únicas e irrepetibles en su configuración singular. Es decir, que la experiencia personal directa se conecta con los límites de la comprensión de la realidad por parte del sujeto, y esta comprensión se produce teniendo en cuenta su posición en el mundo, su horizonte experiencial y las sedimentaciones de sentido que ha acumulado a lo largo

de su trayectoria vital. Por tanto, el espacio y el tiempo que ocupa una persona determinan, de manera compleja, su experiencia y la forma en que esta se despliega en su consciencia.

Es importante resaltar, que mi idea de investigación se focaliza en la interacción humana, los aspectos culturales, los patrones de comunicación y la construcción de identidad social a través del ritual, para ello, se centra en las personas que activamente participan en el ritual del café y que, por lo tanto, pueden ofrecer relatos y perspectivas significativas sobre sus vivencias, con lo que se busca abordar una diversidad de experiencias que enriquezcan la comprensión de este fenómeno cultural, por lo que no se incluirán en esta investigación personas que consumen café de manera solitaria y sin una intencionalidad social explícita, tomado en consideración que el foco principal de mi investigación está en la dimensión comunicativa.

Aquí resulta imperioso precisar que con esta investigación, busco develar el rol del café como símbolo

cultural propiciador de encuentros, articulador de comunicación, por ello, no pretendo generar teorías universales sino desvelar con base en las categorías emergentes, los elementos que constituyan una aproximación teórica sustantiva sobre el ritual de compartir un café como símbolo cultural articulador de comunicación a partir de vivencias en la fenomenología del mundo social, vale decir, que los resultados serán descripciones densas e interpretaciones fundamentadas en las vivencias de los actores sociales, sin aspirar a la generalización.

De lo anterior se desprende que con esta investigación me propongo indagar en la fuente y el sustento de cómo el ritual del café desde la voz del otro como un conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa en el mundo de la vida cotidiana se convierte en articulador de intersubjetividad en un contexto específico de las interacciones cotidianas, a partir de las siguientes interrogantes: ¿Qué procesos de significación se activan? ¿Cómo se negocian y se comparten estos significados?; ¿Cómo se

materializa lo simbólico en las prácticas concretas del ritual?; ¿Es el "compartir un café" lo mismo que "compartir un té", compartir un refresco" o "compartir un vaso de agua"; ¿Cuáles son las cualidades intrínsecas del café que lo hacen un propiciador de encuentros y conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa?

Dicho de otra manera, propósito de esta investigación es configurar un entramado teórico sobre el ritual del café desde la voz del otro como conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa, a partir de las vivencias del mundo social, logrando la construcción de un marco conceptual innovador que integre las teorías de la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann), la microsociología del ritual (Goffman), la teoría de la comunicación humana (Watzlawick), el concepto de cultura (Geertz), la perspectiva sociocultural de Craig, la semiótica de Eco y Pierce y los postulados filosóficos de la fenomenología del mundo social de Alfred Schutz.

Al develar el rol del café como articulador de la comunicación en la vida cotidiana, aspiro identificar los patrones comunicativos, tanto verbales como no verbales, que se manifiestan durante el ritual del café como el análisis de los temas de conversación, los silencios, los gestos, las posturas y el uso del espacio, entre otros elementos, tomando en consideración que de acuerdo con la teoría de comunicación de Paul Watzlawick "no se puede no comunicar" lo cual nos permite interpretar cómo el ritual mismo es un mensaje cargado de significados.

Mi foco de estudio se relaciona con la **comunicación humana**, comprendida como un fenómeno complejo, diverso, y alrededor del cual se dan una serie de fenómenos y comportamientos sociales, desde donde emerge la pregunta generadora o idea impulsora de mi investigación: ¿Cómo el simple acto de sentarnos juntos a tomar un café se convierte en un ritual en el que nuestras miradas, silencios y charlas dan forma a lo que creemos que es real, y cómo ese pequeño momento,

tan nuestro, tan particular e íntimo, ayuda a que nuestras tradiciones y nuestra forma de ver el mundo sigan vivas, una conversación, un sorbo, una risa a la vez?", es decir, **¿Cómo el ritual de compartir un café, contribuye a la construcción intersubjetiva de la realidad social a través de las dinámicas comunicativas y las experiencias vividas en la esfera microsocial?**

Desde una perspectiva semiótica, el café trasciende su materialidad para convertirse en un signo complejo, cuya significación se construye en el entramado de la cultura y la interacción social, pues éste no es meramente una bebida; es un vehículo de mensajes, un catalizador de encuentros y un marcador de identidad. Umberto Eco (1976:48) sugiere que "un signo es algo que, bajo una regla subyacente, representa otra cosa", es decir, el café, con su aroma, ritual de preparación y su consumo, representa mucho más que la simple ingesta de una infusión; evoca sensaciones de confort, pertenencia, pausa y hasta productividad,

dependiendo del contexto cultural y personal en el que se inscribe.

Para los efectos de este trabajo, en este ritual del mundo de la vida cotidiana, representa todo un entramado de percepciones y sensaciones en el que la mente humana realiza un trabajo de memoria que se alimenta de estímulos y datos recogidos en el entorno: apreciaciones gustativas, olfativas y visuales, así como registros psicológicos, experiencias, emociones, además de las vivencias.

En ese mismo hilo discursivo, puedo agregar, que la variedad del café como signo se manifiesta en su capacidad para adquirir diferentes connotaciones en distintas culturas y grupos sociales, pues, en algunas sociedades, el café simboliza hospitalidad y bienvenida, mientras que en otras puede asociarse con el ritmo acelerado del trabajo o con momentos de introspección, tal como lo expresa Geertz (1973:05) quien argumenta que la cultura se entiende como una "telaraña de significados" que el hombre mismo ha tejido. Así, el café es un hilo robusto en esta telaraña, al entrelazar con ritos

diarios, festividades y reuniones informales, donde su presencia no es aleatoria, sino profundamente arraigada en las prácticas comunicativas de las comunidades.

El planteamiento filosófico de la fenomenología del mundo social de Alfred Schutz (1967), nos invita a explorar la forma en que los individuos experimentan e interpretan su realidad cotidiana, construyendo un "mundo de la vida" intersubjetivo, vale decir, desde esta perspectiva, el café no es solo una bebida que se consume, sino una experiencia multisensorial y socialmente mediada que contribuye a la co-construcción de la identidad comunicativa, pues el aroma de la bebida, el calor de la taza, el sabor en la boca, y los sonidos del entorno donde se consume, todo ello se integra en una vivencia significativa que va más allá de lo meramente fisiológico.

Sobre este particular, el acto de tomar café con otros es un claro ejemplo de esta intersubjetividad, en el cual, en el momento de compartir un café, los individuos no solo comparten una bebida, sino también un momento, un espacio y, a

menudo, una conversación que les permite comprender las perspectivas de los demás y construir un conocimiento compartido. "El mundo social se experimenta como un mundo intersubjetivo en el que los individuos comparten una comprensión común de la realidad" Schutz (1967:10).

En ese sentido, la intersubjetividad, concebida desde la fenomenología de Schutz (1967), se refiere a la experiencia compartida de la realidad social, donde los individuos comprenden el mundo de la vida a través de marcos de significado comunes, aquí el café, en su universalidad y en la riqueza de sus rituales, emerge como un articulador fundamental de esta intersubjetividad en la vida cotidiana, facilitando la construcción de un "mundo común" Schutz (1967: 135) donde las identidades comunicativas se forjan y se expresan, tomado en cuenta que no es solo una bebida que se comparte, sino un espacio simbólico donde las experiencias y los significados se negocian y se validan mutuamente.

Al compartir esta bebida, los individuos se abren a la posibilidad de compartir sus mundos internos, sus preocupaciones, sus alegrías y sus reflexiones. El café crea un ambiente propicio para la conversación profunda, para la escucha activa y para la empatía, elementos esenciales en la construcción de la intersubjetividad. "La intersubjetividad no es algo dado, sino un logro constante de los actores sociales en su interacción" Schutz (1967: 140).

Asumir filosóficamente la fenomenología del mundo social de Alfred Schutz (1967) nos permite enfocar la atención en las vivencias cotidianas y los significados intersubjetivos que los actores atribuyen a sus acciones. Schutz argumentó magistralmente que la realidad social se construye a través de la interacción de conciencias, y es precisamente en el ritual del café donde estas interacciones se manifiestan de manera palpable, revelando las "tipificaciones" y el "sentido común" que orientan el comportamiento social.

Al participar en los rituales del café, los individuos no solo expresan

quiénes son, sino que también internalizan los significados y las expectativas sociales asociadas a estas prácticas. La forma en que uno se presenta en un café, el tipo de café que elige, las conversaciones en las que participa, todo ello contribuye a la formación de su identidad en el contexto comunicativo, en el cual, el café, al ser un elemento tan arraigado en la cotidianidad, se convierte en un catalizador constante para la construcción y renegociación de la identidad, demostrando su poderoso rol como articulador de la intersubjetividad en la vida diaria.

Develando la trama de la existencia en una taza

Este documento, como tributo a mi propuesta investigativa, lo presento en forma de ensayo, en el que desgloso un análisis crítico con una argumentación coherente y persuasiva, el cual he titulado: el ritual del café desde la voz del otro: conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa en el mundo de la vida cotidiana, en el que se establece como propósito exponer y darle

visibilidad a una serie de situaciones que se evidencian a la hora de abordar una investigación en la que asumo una altísima responsabilidad ética, pues no impongo bajo ninguna circunstancia mi visión como investigador, propiciando así un ambiente de confianza para que el conocimiento sea co-creado desde los relatos de los actores sociales, quienes constituyen las voces legítimas de la experiencia vivida que esta investigación busca comprender e interpretar.

Desde esta perspectiva, es el lenguaje pero igualmente lo son las emociones, los sentimientos así como nuestras percepciones el que construye los mundos sociales, y en consecuencia estos se nutren, de alguna manera, de nuestras capacidades. Por ello, analizar cualquier investigación pasa necesariamente por evaluar el lenguaje de quienes participan de ella, tal como lo refiere Maturana (2001: 65), para quien el vivir humano se da en un continuo entrelazamiento de emociones y lenguaje, como un fluir de coordinaciones consensuales de acciones y emociones que

configuran la trama intersubjetiva de nuestra existencia. En Maturana (2003: 185), los seres humanos configuramos el mundo en que vivimos a medida que lo lenguajeamos; es decir, alumbramos nuestro propio mundo, damos a luz a nuestro mundo cotidiano mediante el acto comunicativo que nos constituye como seres sociales.

Cuando abordamos el aspecto axiológico en una investigación, este le otorga un valor fundamental al estudio, al entrelazar las ideas iniciales del investigador y de los actores que forman parte del estudio en un diálogo que reconoce la legitimidad de ambas perspectivas sin imponer jerarquías. En ese sentido, la axiología tiene que ver con el modo de pensar, razonar y valorar lo que estamos haciendo, constituyéndose en el norte ético que orienta cada decisión metodológica y cada encuentro con los sujetos de la investigación. En esta investigación predominarán valores como el respeto, la confidencialidad, la libertad y el amor, así como la solidaridad, el respeto, la confianza, el compromiso y la hermandad,

entendidos como principios vivos que informan cada momento del proceso investigativo.

Para Alfred Schutz (1979:102) (...) al vivir en el mundo, vivimos con otros y para otros, y orientamos nuestras vidas hacia ellos. al vivenciarlos como otros, como contemporáneos y congéneres, como predecesores y sucesores, al unirnos con ellos en la actividad y el trabajo común, comprendemos la conducta de los otros y suponemos que ellos comprenden la nuestra.

En el transitar de esta senda, en mi investigación los relatos que emerjan de las voces de los actores sociales en actitud natural no serán manipulados o distorsionados con premeditación, pues desde mi deber como investigador busco, entre otras cosas, garantizar que las voces de estos participantes no sean distorsionadas y que la teoría sustantiva que emerja permanezca amarrada a sus experiencias vividas de estos actores, respetando la forma fenomenológica de lo narrado.

En sintonía con los argumentos aquí descritos, esta investigación se

fundamenta en un estilo de pensamiento introspectivo vivencial, enraizado en las tradiciones de la investigación cualitativa y el paradigma interpretativo, enfoque cualitativo, con la etnografía como marco metodológico y procedimiento de investigación, lo cual me permite una inmersión profunda en el contexto de estudio, facilitando la descripción e interpretación de las prácticas y discursos que constituyen el acto de tomar café, en la cual daré prioridad a la comprensión profunda de los significados y las experiencias subjetivas, en las que se reflejan los valores de contextualización, empatía y reconocimiento de la diversidad como principios constitutivos del acto mismo de investigar.

En correspondencia con lo anterior metodológicamente, adoptaré un enfoque cualitativo, empleando técnicas como entrevistas en profundidad semi-estructuradas, observación participante etnográfica en diversos contextos de consumo de café (cafeterías, hogares, oficinas) y análisis de relatos de vida, para ello, la recolección de datos se orientará a capturar las descripciones densas de

las vivencias de los participantes, buscando acceder a su conocimiento y a las estructuras de significado que subyacen a sus interacciones.

Ahora bien, asumir metodológicamente, la fundamentación en el estilo de pensamiento introspectivo vivencial, los postulados de la investigación cualitativa bajo el paradigma interpretativo, el enfoque cualitativo, y la adopción de la etnografía como método, son el andamiaje necesario para el propósito general de esta propuesta investigativa orientada a generar el entramado teórico sobre este ritual cotidiano a partir de vivencias en la fenomenológica del mundo social.

Mis descriptores organolépticos para reflexionar

Desde una óptica práctica, la investigación cobra su verdadero valor cuando trasciende la abstracción teórica para impactar la realidad operativa, constituyéndose así en un puente entre el saber y la transformación concreta de las condiciones de existencia. Tal como sostiene Hurtado de Barrera (2000:

54), la justificación práctica exige argumentar la utilidad del estudio en función de su capacidad inmediata para resolver problemas concretos o proponer estrategias que corrijan situaciones deficitarias, asegurando que el conocimiento no permanezca enclaustrado en el ámbito académico sino que circule y se transforme en herramienta de cambio.

En ese orden de ideas, con esta investigación, desde el punto de vista práctico, busco generar un corpus de conocimientos que se transformen en un nuevo paradigma inspiracional para el desarrollo de futuras investigaciones con posturas similares; su accionar investigativo se sustenta en el enfoque cualitativo, que busca favorecer la gestión de la relación sujeto-sujeto de investigación, generándose el corpus teórico sustantivo sobre la base de la realidad descrita por los observadores.

Desde una perspectiva social, el "vamos a tomar un café" es una frase que forma parte de nuestro vocabulario cotidiano, que connota mucho más que la ingesta de una bebida: culturalmente, esta simple

bebida ha sido un mediador para el surgimiento de ideas de transformación, la forja de amistades y la celebración de momentos íntimos que marcan biografías y construyen memorias colectivas. Esta idea de investigación contribuirá entonces a un entendimiento más profundo de cómo los objetos y los espacios cotidianos se cargan de significado y actúan como intermediarios en la construcción de la realidad social, revelando las dimensiones simbólicas y comunicativas que subyacen a prácticas aparentemente banales.

Los resultados de esta investigación tendrán un impacto significativo en múltiples perspectivas: académicamente, esta idea de investigación fortalecerá los campos de la sociología, la cultura, los estudios de comunicación y la fenomenología social, al ofrecer un modelo de análisis para la interconexión entre objetos materiales, prácticas culturales y la construcción de la realidad social, demostrando cómo lo aparentemente trivial puede ser, en realidad, el lugar donde se juegan las dinámicas más fundamentales de la vida colectiva.

La conceptualización del ritual del café como conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa en la fenomenología del mundo social no solo será una adición teórica, sino que proporcionará herramientas analíticas para futuras investigaciones sobre otros fenómenos cotidianos con carga simbólica.

Sobre ese particular, la fenomenología del mundo social de Alfred Schutz (1967), la microsociología del ritual de Erving Goffman (1967), la comunicación humana de Paul Watzlawick, Janet Beavin y Don Jackson (1967), la concepción de cultura de Clifford Geertz (1973), y la meta-teoría de la comunicación de Robert Craig (1999) constituyen las lentes a través de las cuales se interpreta la riqueza simbólica y comunicativa del café.

A lo largo de este recorrido teórico y metodológico, espera configurar un entramado conceptual que posicione el café no como una simple bebida, sino como un dispositivo semiótico de profunda complejidad en la co-construcción de la identidad comunicativa.

Fundamentado en una ontología que concibe la realidad como una construcción social, múltiple y dialógica, y una epistemología intersubjetiva, este análisis ha revelado cómo el café opera en múltiples niveles de significación, articulando experiencias, rituales y narrativas que cimientan la interacción humana.

Vista así las cosas, el café no es un actor pasivo en la vida cotidiana; es un conector semiótico dinámico que moldea activamente la intersubjetividad y articula la comunicación. Su estudio desde estas perspectivas permite develar capas de significado que, a primera vista, podrían pasar desapercibidas, pero que son fundamentales para comprender cómo los seres humanos co-construyen su identidad comunicativa en el intrincado tapiz de sus interacciones diarias. La profunda responsabilidad ética de esta investigación ha garantizado que el conocimiento sea co-creado, validando las vivencias de los actores y respetando la otredad en la compleja y rica fenomenología del café.

Esta investigación no solo busca describir este fenómeno, sino desvelar las capas fenomenológicas que subyacen a estas vivencias, pues con esta investigación pretendo comprender la importancia de generar una teoría sustantiva acerca de cómo el compartir un café se ha transformado en un articulador de la comunicación en el mundo social y cómo esta noble bebida moldea nuestras experiencias de coexistencia, esto favorece la investigación y la fundamentación del concepto teórico para darle el carácter científico a la comunicación, pues, la acción de compartir una taza de café, o el espacio y tiempo que la rodean, conforma un microcosmos social donde se reproducen y transforman patrones comunicativos que sustentan el tejido de las relaciones humanas, donde el café actúa como un catalizador, un pretexto que propicia conversaciones, establece vínculos y contribuye a la consolidación de redes sociales, tanto formales como informales.

A los efectos de este estudio, el café compartido es, en esencia, un ritual comunicativo ya que su

propósito no es solo intercambiar palabras, sino actualizar la relación entre los participantes, confirmar su pertenencia a un grupo y reafirmar una visión compartida del mundo, aunque sea de forma implícita. La comunicación que emerge en este contexto está impregnada de los significados inherentes al ritual mismo, dotándola de una profundidad que excede la mera decodificación semántica.

En ese orden de ideas, este trabajo me ofrece la posibilidad de comprender la cohesión social, al revelar cómo los rituales cotidianos, como tomar café, actúan como "aglutinante social", creando lazos y sentido de pertenencia en comunidades y sociedades. Así mismo, brinda información para generar estrategias de comunicación al ofrecer elementos valiosos para profesionales del marketing, comunicadores y diseñadores de espacios, permitiéndoles crear entornos y mensajes que fomenten interacciones más auténticas y significativa.

Ahora bien, desde la tradición sociocultural, la comunicación es

vista como "el proceso simbólico que produce y reproduce, a lo largo del tiempo, los patrones socioculturales compartidos" Craig (1999:145). En otras palabras, la comunicación es el medio por el cual las sociedades se constituyen y se perpetúan, porque las interacciones comunicativas cotidianas, como "compartir un café", no son meros fenómenos accesorio, sino que por el contrario son constitutivas del orden social. Dicho de otra forma, al "compartir un café", quienes participan de este ritual no solo intercambian mensajes: están activamente reproduciendo y negociando identidades (amigos, colegas, parejas, extraños), relaciones sociales (de igualdad, de jerarquía, de intimidad, de formalidad), normas culturales (de cortesía, de turnos de palabra, de temas apropiados) y realidades compartidas. Cada conversación alrededor de una taza de café es un microcosmos donde el orden social se representa, se refuerza o, en ocasiones, se desafía y se transforma.

En concordancia con lo aquí expuesto, Schutz (1972: 112) explica

que "nuestro sistema de relevancias determina qué hechos han de ser seleccionados como dignos de ser interpretados", por tal motivo, en la mesa de café, el ruido del mundo exterior se suspende, porque lo único relevante es la palabra del otro y el objeto compartido. Este análisis reflexivo nos permite concluir que el café es el vínculo conector de la sociabilidad moderna; un símbolo que, en su aparente sencillez, sostiene la arquitectura de la intersubjetividad humana, es decir, es el espacio donde la comunicación no es solo transmisión de datos, sino comunión de significados, logrando que el mundo social sea, en última instancia, un mundo con sentido para nosotros y para nuestros semejantes.

El equilibrio entre aroma envolvente y el sabor vinculante

Mi idea de investigación, se vincula con la línea de investigación "representaciones, interacción social y comunicación", pues la misma establece que los grupos sociales adquieren una naturaleza activa en la construcción de la realidad social, y su caracterización en el pensamiento

común viene dada por las representaciones que muchas veces surgen por la influencia de los medios de comunicación, pero también y esto es crucial por las prácticas cotidianas que sedimentan significados y configuran horizontes interpretativos. Esta línea de investigación fomenta el debate sobre la realidad y la subjetividad de la interacción social, mediada por la comunicación, reconociendo que no existe una realidad objetiva independiente de los procesos simbólicos mediante los cuales los actores sociales la construyen y la dotan de sentido.

En la actualidad, la comunicación se ha identificado como un eje transversal en todo el quehacer ciudadano, por ello las indagaciones científicas en el área se acrecientan, dándole valor al impacto de los contenidos en medios de comunicación que determinan las representaciones de la realidad e inciden en la interacción social, pero también reconociendo la importancia de las prácticas comunicativas cotidianas que, aunque menos visibles, configuran de manera fundamental el tejido de la vida social.

El fenómeno en estudio en este caso cultural y comunicacional se desarrolla en un escenario subjetivo donde cada actor social interpreta el significado que para él tiene el ritual de tomar café como símbolo cultural de comunicación; entendiendo que la naturaleza de la realidad está dada por una relación intersubjetiva entre el yo investigador y las personas involucradas en los procesos de interacción, por lo que el conocimiento derivado del estudio está sujeto a una relación sujeto-sujeto donde se juntan un sistema de valores y creencias del conjunto de personas involucradas, configurándose así un tejido hermenéutico en el que múltiples voces se entrelazan para dar cuenta de la complejidad del fenómeno.

De la misma manera, en este trabajo el conocimiento se generará mediante la interacción de los sujetos de investigación y de mi persona como investigador, estableciendo una relación directa, franca y abierta, fundamentada en diálogos auténticos que respeten la integridad experiencial de los participantes; para ello se darán encuentros vivenciales

que permitirán conocer las situaciones colectivas que sobre el particular tienen los involucrados, reconociendo que cada encuentro constituye un acontecimiento único e irrepetible.

Todo ello constituye entonces un entramado relacional cuyo fundamento no es otro que los seres humanos con sus particularidades, tribulaciones, necesidades y una serie de demandas y carencias, pero también con sus alegrías, retos y desafíos que requieren ser mediados y atendidos por el investigador con la sensibilidad y la disposición ética que la dignidad humana exige, tal como lo concibe Maturana (1985: 8) al mencionar que "vivimos nuestro ser cotidiano en continua imbricación con el ser de otros. En dicha condición de existencia, el ser humano individual es social, y el ser humano social es individual", revelándose así la interdependencia constitutiva que caracteriza nuestra existencia como seres en el mundo con otros.

Al final de este recorrido organoléptico (aromático, gustativo), emerge una imagen clara: el café es mucho más que una simple bebida

que nos despierta por la mañana o nos ayuda a superar la tarde; es un actor discreto pero fundamental en el escenario de nuestras interacciones sociales diarias, pues su poder no reside en grandes gestos ni en declaraciones audaces, sino en su capacidad silenciosa para convocar, facilitar y nutrir la conexión humana en sus formas más cotidianas, sublimes y, a menudo, más significativas.

Por ende, se espera que esta investigación arroje una comprensión profunda y matizada de cómo el ritual del café compartido actúa como un complejo simbólico que articula la comunicación intersubjetiva en el mundo de la vida cotidiana, al ofrecer una mirada más profunda a la riqueza de las interacciones humanas en la vida diaria, revelando la profunda complejidad simbólica que subyace a actos aparentemente sencillos como el de compartir una taza de café, logrando además aportaciones teóricas al diálogo entre la fenomenología social, la sociología de los rituales y la teoría de la comunicación.

En definitiva, esta investigación representa la configuración de un entramado teórico innovador que implica una contribución original y significativa que redefinirá nuestra comprensión de la sociabilidad y la comunicación desde la perspectiva de lo trivial cotidiano, pues su configuración promete relatos específicos, descripciones vívidas y análisis que capturan la esencia de cómo los seres humanos se conectan y dan sentido a su existencia a través de un simple ritual.

En otras palabras, ello ofrecerá además un nuevo marco para analizar prácticas cotidianas similares desde la interconexión entre objetos materiales, prácticas culturales y la construcción de la realidad social, tomando en consideración que la conceptualización del café como conector semiótico en la co-construcción de la identidad comunicativa en el mundo de la vida cotidiana no solo será una adición teórica, sino que proporcionará herramientas analíticas para futuras investigaciones sobre otros fenómenos cotidianos con carga simbólica.

REFERENCIAS

- Barrera, M. (2014). **Investigación holística: Más allá del paradigma**. Ediciones Quirón.
- Craig, R. T. (1999). **Communication theory as a field**. *Communication Theory*, 9(2), 119-161.
- Eco, U. (1976). **A theory of semiotics**. Indiana University Press.
- Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures*. Basic Books.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday Anchor.
- Goffman, E. (1967). *Interaction ritual: Essays on face-to-face behavior*. Anchor Books.
- Hurtado J. **Metodología de la Investigación Holística** (Fundación Sygal), 3ª edición
- Maturana, H. y Varela F. J. (2003). **De Máquinas y Seres Vivos. Autopoiésis: La organización de lo vivo**. 6ta. Edición. Coedición de Editorial Universitaria con Editorial Lumen. Buenos Aires, Argentina
- Padrón, J. (2014). **La investigación académica: Guía para su comprensión y aplicación**. Ediciones IESALC-UNESCO.

Peirce, C. S. (1931-1935). **Collected papers of Charles Sanders Peirce** (Vol. 2, C

Schutz, A (1972) **Fenomenología del mundo social**, Ed. Paidós, Buenos Aires.

Schutz, A. (1974a). **El problema de la realidad social**: Escritos I. Amorrortu Editores.

Schutz, A. (1979). **Estudios sobre teoría social**: Escritos II. Amorrortu Editores.

URIBE, M. T. (1992): “**La elusiva y difícil construcción de la identidad nacional en la Gran Colombia**”, en **González, F. (ed.), Relatos de nación**. La Construcción de las identidades nacionales en el mundo hispánico, vol. I, Madrid

Watzlawick. P (1991). **Teoría de la Comunicación Humana**. Editorial Herder Barcelona

LA ARQUITECTURA DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA COMO VECTOR DE GOBERNANZA Y LIDERAZGO DISRUPTIVO: UN ANÁLISIS EPISTEMOLÓGICO Y ORGANIZACIONAL

AUTOR:

LAGUNA FRANCO CLARETH

RESUMEN

El presente artículo desarrolla un análisis epistemológico y organizacional de la comunicación asertiva como eje estructurante de la gobernanza contemporánea y del liderazgo disruptivo en organizaciones complejas. Desde un enfoque cualitativo–interpretativo, sustentado en la Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas, se examina la asertividad no como una habilidad instrumental, sino como una categoría ontológica y ética que articula legitimidad, confianza y cohesión social. Asimismo, se integran aportes de la neurociencia organizacional, la ética del Otro de Emmanuel Levinas y modelos psicológicos como la Ventana de Johari, para comprender el impacto de la transparencia dialógica en la seguridad psicológica y la resiliencia sistémica. Los hallazgos sugieren que una praxis comunicativa asertiva reduce la entropía organizacional, fortalece el capital psicológico y se consolida como un imperativo irrenunciable de la gobernanza en contextos de alta complejidad.

Palabras clave: Comunicación asertiva, liderazgo disruptivo, gobernanza, ética comunicativa, Ventana de Johari, epistemología organizacional.

ABSTRATC

This article develops an epistemological and organizational analysis of assertive communication as a structuring axis of contemporary governance and disruptive leadership in complex organizations. From a qualitative–interpretive approach, grounded in Jürgen Habermas’s Theory of Communicative Action, assertiveness is examined not as an instrumental skill but as an ontological and ethical category that articulates legitimacy, trust, and social cohesion. Likewise, contributions from

organizational neuroscience, Emmanuel Levinas's ethics of the Other, and psychological models such as the Johari Window are integrated to understand the impact of dialogical transparency on psychological safety and systemic resilience. The findings suggest that an assertive communicative praxis reduces organizational entropy, strengthens psychological capital, and is consolidated as an indispensable imperative of governance in contexts of high complexity.

Keywords: Assertive communication, disruptive leadership, governance, communicative ethics, Johari Window, organizational epistemology.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones contemporáneas operan en entornos caracterizados por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad (VUCA), lo que ha redefinido profundamente los modelos tradicionales de liderazgo y gestión. En este escenario, la eficacia organizacional ya no depende exclusivamente de la optimización de procesos o del control jerárquico, sino de la calidad de las interacciones comunicativas que configuran el tejido social interno. El liderazgo disruptivo emerge como una respuesta a la obsolescencia de paradigmas lineales y mecanicistas, al proponer transformaciones estructurales que desafían el statu quo. Sin embargo, dicha disrupción, si no está mediada por una arquitectura comunicativa ética y asertiva, puede derivar en fragmentación, resistencia y pérdida de legitimidad. En este sentido, la comunicación asertiva se configura como un vector estratégico de gobernanza, al permitir la

construcción de sentido compartido, la gestión del disenso y la preservación de la dignidad del otro.

Este artículo sostiene que la asertividad no constituye una técnica discursiva aislada ni un simple recurso retórico orientado exclusivamente a maximizar la eficacia organizacional. Por el contrario, la concibe como una postura ética frente a la alteridad, es decir, como una disposición comunicativa fundada en el reconocimiento del otro como un sujeto legítimo de palabra, dignidad y agencia (Levinas, 1993; Honneth, 1997). Esta comprensión desplaza la asertividad del terreno meramente instrumental hacia una dimensión normativa más profunda, en la que hablar con claridad, respeto y firmeza no responde solo a criterios de funcionalidad, sino también a un compromiso con la coexistencia ética en espacios de interacción. En ese sentido, la asertividad deja de ser una habilidad neutral y pasa a entenderse como una práctica relacional que presupone la validación de la presencia del otro como interlocutor

pleno, irreducible a funciones, cargos o jerarquías.

Desde esta perspectiva, la comunicación asertiva puede interpretarse como una forma de responsabilidad moral que regula el uso del poder simbólico en escenarios marcados por asimetrías jerárquicas. En el ámbito organizacional, donde las relaciones suelen estar atravesadas por diferencias de autoridad, acceso a la información y capacidad de decisión, la manera en que se enuncia la palabra no es éticamente inocua. La asertividad, entendida en clave ética, opera entonces como un principio de autocontención del poder, en tanto exige que quien comunica reconozca los límites de su posición y evite transformar el discurso en un mecanismo de imposición, descalificación o subordinación del otro. Así, más que reforzar la verticalidad institucional, promueve una interacción en la que la firmeza expresiva no cancela el respeto, y la claridad argumentativa no deriva en violencia simbólica (Habermas, 1998; Bourdieu, 2001).

En consecuencia, el valor de la asertividad dentro de las organizaciones no radica únicamente en su capacidad para mejorar el clima laboral, prevenir conflictos o incrementar la eficiencia de los intercambios comunicativos, aunque ciertamente pueda contribuir a esos fines. Su relevancia principal reside en que introduce una forma de relación discursiva que limita las dinámicas de dominación comunicativa y reduce la posibilidad de instrumentalizar al interlocutor como mero receptor pasivo de órdenes, evaluaciones o estrategias institucionales. Bajo esta lógica, la comunicación asertiva constituye una práctica ética de reconocimiento recíproco, en la que el ejercicio de la palabra se vincula con la construcción de condiciones más justas de interacción. De este modo, la asertividad aparece no solo como competencia comunicativa, sino como una mediación moral imprescindible para sostener vínculos organizacionales más reflexivos, legítimos y respetuosos de la dignidad humana.

Delimitación del tipo de artículo

Tipo de artículo y alcance metodológico

Este artículo propone comprender la asertividad no como una técnica discursiva aislada ni como un recurso meramente instrumental orientado a la eficacia organizacional, sino como una disposición ética frente a la alteridad, fundada en el reconocimiento del otro como sujeto válido de palabra, dignidad y capacidad de acción (Levinas, 1993; Honneth, 1997). Desde esta óptica, la comunicación asertiva opera como una responsabilidad moral en el ejercicio del lenguaje, en tanto contribuye a regular el uso del poder simbólico en escenarios caracterizados por asimetrías jerárquicas, previniendo la cosificación del interlocutor y conteniendo formas de dominación comunicativa institucionalizada (Habermas, 1998; Bourdieu, 2001).

En coherencia con los principios de la ética del discurso y la filosofía del reconocimiento, la asertividad posibilita la construcción de

relaciones dialógicas sustentadas en la reciprocidad, la transparencia y el respeto mutuo, condiciones normativas esenciales para la generación de confianza, legitimidad y validez intersubjetiva en los procesos organizacionales de toma de decisiones (Habermas, 1987; Honneth, 2011).

Fundamentación Epistemológica y Teórica

La Teoría de la Acción Comunicativa y la Validez del Discurso

La Teoría de la Acción Comunicativa de Jürgen Habermas (1981) constituye el andamiaje epistemológico central de este estudio al ofrecer una concepción de la racionalidad que trasciende el paradigma instrumental dominante en las organizaciones modernas. Para Habermas, la acción comunicativa se orienta al entendimiento mutuo (*Verständigung*) y se fundamenta en la posibilidad de que los actores sociales coordinen sus acciones a través del lenguaje, no mediante la imposición del poder o el cálculo

utilitarista, sino a partir del consenso racionalmente motivado. Este consenso se sostiene en tres pretensiones de validez universal: la verdad del contenido proposicional, la rectitud normativa de la acción en relación con un marco ético compartido y la veracidad subjetiva del hablante. La aceptación o cuestionamiento de estas pretensiones permite que el discurso se convierta en un espacio de racionalidad intersubjetiva, donde los participantes pueden justificar, criticar y reformular sus posiciones en condiciones de simetría comunicativa. En contraste, Habermas advierte que la acción estratégica, propia de la racionalidad instrumental, reduce el lenguaje a un medio orientado al control, la persuasión o la manipulación, subordinando la comunicación a la obtención de éxito individual más que al entendimiento intersubjetivo (Habermas, 1987). Esta forma de racionalidad, ampliamente difundida en las lógicas gerenciales tradicionales, tiende a colonizar el mundo de la vida organizacional, generando distorsiones comunicativas, debilitamiento de los

vínculos de confianza y una progresiva erosión de la legitimidad normativa de la autoridad (Habermas, 1987; Alvesson & Deetz, 2000). Frente a ello, la acción comunicativa se presenta como una alternativa tanto ética como epistemológica, en la medida en que recupera el potencial emancipador del diálogo al concebir la comunicación como un proceso orientado a la construcción compartida de sentido y a la coordinación consensuada de la acción social mediante el reconocimiento recíproco de las pretensiones de validez.

La comunicación asertiva se inscribe plenamente en esta lógica comunicativa al reconocer al interlocutor como un sujeto dotado de agencia, racionalidad y dignidad, y no como un mero instrumento para la consecución de fines organizacionales (Honneth, 1997; Levinas, 1993). La asertividad implica la expresión clara y firme de posiciones, decisiones y desacuerdos, pero simultáneamente abierta al cuestionamiento, la argumentación y la posibilidad de revisión, respetando las pretensiones

de verdad, rectitud y sinceridad que estructuran todo acto comunicativo orientado al entendimiento (Habermas, 1987). En este sentido, la asertividad no solo contribuye a la claridad del mensaje, sino que resguarda la integridad del proceso discursivo, limitando la violencia simbólica y las distorsiones comunicativas propias de la acción estratégica y del ejercicio no reflexivo del poder (Bourdieu, 2001).

En el ámbito del liderazgo disruptivo, esta orientación comunicativa adquiere una relevancia decisiva. Los procesos de disrupción organizacional exigen coordinar acciones complejas, movilizar voluntades y gestionar resistencias en contextos de alta incertidumbre, sin recurrir exclusivamente a la coerción formal ni a la manipulación discursiva (Heifetz, Grashow & Linsky, 2009). En este marco, la comunicación asertiva, anclada en la acción comunicativa, permite al liderazgo ejercer su autoridad de manera legítima, al fundamentar las decisiones en argumentos racionales, transparentes y éticamente justificables. De este modo, el poder

directivo se transforma en poder comunicativo (Habermas, 1987), capaz de generar adhesión, confianza y compromiso, y de consolidar formas de gobernanza organizacional basadas en el diálogo, la legitimidad y la corresponsabilidad colectiva.

Neurobiología de la Comunicación Asertiva

Desde la neurociencia organizacional, múltiples investigaciones han demostrado que los entornos comunicativos caracterizados por la seguridad psicológica, la claridad y la asertividad ejercen un impacto directo y medible sobre la actividad cerebral de los individuos. La forma en que los líderes se comunican no solo influye en las dinámicas relacionales, sino que también condiciona los procesos neurobiológicos asociados al aprendizaje, la toma de decisiones y la regulación emocional. Según Goleman (2022) sostiene que una comunicación empática, respetuosa y transparente contribuye a disminuir la hiperactivación de la amígdala, estructura cerebral vinculada a la detección de amenazas y a las

respuestas automáticas de miedo o defensa. Cuando la amígdala se encuentra sobreactivada, se incrementa la liberación de cortisol, lo que deteriora la capacidad cognitiva, reduce la atención y limita la disposición al pensamiento innovador.

En contraposición, los entornos comunicativos asertivos favorecen la activación de la corteza prefrontal, región cerebral asociada con funciones ejecutivas superiores como la planificación estratégica, el razonamiento ético, la autorregulación emocional, la creatividad y la resolución compleja de problemas (Davidson & Begley, 2012; Rock, 2008). Esta activación neurofisiológica crea condiciones propicias para el diálogo reflexivo, la cooperación y la toma de decisiones conscientes, al permitir que los colaboradores procesen la información de manera crítica y participen activamente en la construcción colectiva de soluciones (Siegel, 2010). Asimismo, la coherencia entre el mensaje verbal y el comportamiento del líder refuerza la percepción de confianza y

predictibilidad, factores fundamentales para la seguridad psicológica y la estabilidad emocional en los equipos de trabajo (Edmondson, 2018).

En consecuencia, la comunicación asertiva puede comprenderse como un regulador neurobiológico del sistema organizacional, en tanto contribuye a generar estados internos que favorecen la homeostasis emocional y cognitiva de los equipos (Rock & Schwartz, 2006). Este equilibrio reduce la carga de estrés crónico y la fatiga psicosocial, fortalece el sentido de pertenencia y eleva los niveles de motivación intrínseca y *engagement* laboral (Deci & Ryan, 2000; Schaufeli & Bakker, 2004). Del mismo modo, la asertividad potencia la capacidad adaptativa de los equipos frente a contextos de cambio disruptivo, al disminuir respuestas defensivas de origen límbico, facilitar la apertura al aprendizaje y promover una respuesta colectiva más flexible, resiliente y orientada a la innovación sostenible (Rock, 2009; Senge, 2006).

Estado del arte reciente sobre comunicación asertiva y gobernanza organizacional (2023–2025)

En los últimos años, la investigación académica ha evidenciado un interés creciente por la comunicación asertiva como componente estructural de la gobernanza organizacional, particularmente en contextos caracterizados por alta complejidad, acelerada digitalización y transformación profunda del trabajo (Fairhurst & Connaughton, 2023; Tourish, 2024). Entre 2023 y 2025, la literatura ha transitado progresivamente desde enfoques instrumentales de la comunicación hacia perspectivas que la conciben como un dispositivo ético, relacional y epistemológico para la coordinación de la acción colectiva, subrayando su papel en la construcción de legitimidad y sentido compartido en sistemas organizacionales complejos (Cooren, 2023; Alvesson & Spicer, 2024).

Diversos estudios recientes publicados en revistas indexadas señalan que la comunicación asertiva

se asocia de manera consistente con mayores niveles de legitimidad directiva, seguridad psicológica y confianza institucional, especialmente en organizaciones sometidas a procesos de cambio disruptivo y reconfiguración estratégica (Edmondson & Bransby, 2023; Einola & Alvesson, 2024). En el ámbito de la gobernanza corporativa, investigaciones contemporáneas destacan que los modelos de liderazgo sustentados en la transparencia discursiva, la argumentación racional y el reconocimiento del disenso favorecen procesos decisionales más inclusivos, deliberativos y sostenibles, reduciendo los costos sociales derivados de la resistencia al cambio y de la ambigüedad comunicativa (Scherer, Palazzo & Baumann, 2023; Christensen et al., 2024).

Asimismo, la literatura reciente sobre liderazgo en entornos digitales subraya que la creciente mediación tecnológica a través de algoritmos, plataformas colaborativas y sistemas de inteligencia artificial ha intensificado la necesidad de prácticas comunicativas éticamente

orientadas que contrarresten la despersonalización inherente a estos sistemas sociotécnicos (Zuboff, 2019; Kellogg, Valentine & Christin, 2024). En este contexto, la comunicación asertiva emerge como un mecanismo regulador clave para rehumanizar los vínculos organizacionales, preservar la dignidad del interlocutor y sostener relaciones de reconocimiento mutuo en escenarios donde la interacción se encuentra crecientemente filtrada por dispositivos tecnológicos (Floridi, 2023; Coeckelbergh, 2024).

No obstante, el estado del arte revela vacíos teóricos relevantes. A pesar del consenso generalizado sobre la importancia de la comunicación asertiva, son escasos los trabajos que la articulan explícitamente con marcos epistemológicos críticos, como la teoría de la acción comunicativa o la filosofía del reconocimiento. Esta ausencia limita la comprensión de su dimensión normativa y emancipadora, reduciéndola con frecuencia a una competencia blanda o habilidad instrumental. En este sentido, la pertinencia del presente estudio radica en proponer una articulación

teórica integradora que vincula comunicación, gobernanza y liderazgo disruptivo desde una perspectiva ética y filosófica, superando aproximaciones funcionalistas y contribuyendo a una comprensión más profunda del papel del lenguaje en la legitimación del poder organizacional (Habermas, 1987; Honneth, 2011; Scherer et al., 2023).

Operacionalización hermenéutica de las categorías de análisis

Desde una perspectiva metodológica cualitativa–interpretativa, el análisis desarrollado en este estudio se estructuró a partir de categorías teóricas que permitieron organizar, interpretar y contrastar los aportes de la literatura revisada, en línea con los principios de la investigación cualitativa orientada a la comprensión de significados y marcos normativos subyacentes a las prácticas sociales (Denzin & Lincoln, 2018; Creswell & Poth, 2018). Estas categorías no fueron concebidas como variables mensurables, sino como constructos analíticos que orientaron la lectura

crítica de los textos y facilitaron la identificación de convergencias, desplazamientos y tensiones epistemológicas entre distintos enfoques teóricos (Maxwell, 2012; Flick, 2023).

La categoría de comunicación asertiva fue operacionalizada como una *praxis discursiva* caracterizada por la claridad expresiva, el respeto a la alteridad y la apertura al cuestionamiento racional, en coherencia con las pretensiones de validez del discurso y con una concepción ética de la comunicación orientada al entendimiento intersubjetivo (Habermas, 1987; Honneth, 2011). La gobernanza organizacional fue abordada como un proceso dinámico de coordinación de la acción colectiva sustentado en legitimidad, corresponsabilidad y confianza, más que como un dispositivo de control jerárquico, retomando enfoques deliberativos y relacionales de la gobernanza contemporánea (Scherer & Palazzo, 2011; Rhodes, 2017). Por su parte, el liderazgo disruptivo fue analizado como una forma de ejercicio del poder orientada a la transformación

estructural y cultural de las organizaciones, cuya sostenibilidad depende de su anclaje ético, comunicativo y relacional, más que de la imposición unilateral del cambio (Heifetz et al., 2009; Tourish, 2024).

Estas categorías fueron aplicadas de manera transversal al corpus documental, permitiendo interpretar cómo distintos autores conceptualizan la relación entre comunicación, poder y cambio organizacional en contextos de complejidad creciente. La triangulación epistemológica entre enfoques clásicos y perspectivas emergentes posibilitó una lectura crítica que evitó tanto la reproducción acrítica de modelos gerenciales tradicionales como la idealización no reflexiva de los discursos contemporáneos sobre disrupción, fortaleciendo así la coherencia teórica y la consistencia interpretativa del análisis (Alvesson & Skoldberg, 2018; Flick, 2023).

Actualización crítica de Habermas y Levinas en contextos de gobernanza algorítmica

Si bien la teoría de la acción comunicativa de Habermas y la ética del Rostro del Otro de Levinas constituyen pilares teóricos desarrollados en el siglo XX, su vigencia en el contexto organizacional contemporáneo requiere una actualización crítica. Las organizaciones actuales operan en entornos crecientemente mediados por tecnologías digitales, sistemas algorítmicos y plataformas de inteligencia artificial que reconfiguran las condiciones del diálogo, la toma de decisiones y el ejercicio del poder. Desde esta perspectiva, la acción comunicativa ya no se desarrolla exclusivamente en espacios presenciales ni en condiciones ideales de simetría discursiva. La mediación algorítmica introduce nuevas asimetrías, opacidades y formas de control simbólico que desafían los supuestos clásicos del consenso racional. No obstante, lejos de invalidar el modelo habermasiano, estas transformaciones refuerzan su relevancia normativa, al evidenciar la necesidad de criterios éticos que regulen el uso del lenguaje y la

información en contextos de automatización decisonal.

Del mismo modo, la ética levinasiana adquiere una dimensión renovada frente a la despersonalización tecnológica. El reconocimiento del Otro como sujeto ético se ve tensionado cuando la comunicación es filtrada por interfaces, métricas y lógicas de eficiencia algorítmica. En este escenario, la comunicación asertiva opera como una respuesta ética concreta que restituye la responsabilidad intersubjetiva del acto comunicativo, incluso cuando el contacto humano es indirecto o mediado.

Discusión crítica: límites y tensiones de la comunicación asertiva en organizaciones contemporáneas

A pesar de sus múltiples virtudes, la comunicación asertiva no debe ser idealizada ni concebida como una solución universal a los problemas organizacionales. Diversos enfoques críticos advierten que su implementación enfrenta límites estructurales y culturales,

particularmente en organizaciones altamente jerarquizadas, con tradiciones autoritarias o sometidas a presiones intensas de tiempo, rendimiento y control (Alvesson & Willmott, 2012; Tourish, 2020). En estos contextos, las prácticas comunicativas se encuentran condicionadas por relaciones de poder que restringen la deliberación genuina y reducen la capacidad real de los actores para cuestionar decisiones o expresar disenso.

En escenarios de verticalidad rígida, la pretensión de simetría comunicativa puede verse seriamente obstaculizada por asimetrías estructurales que limitan la eficacia normativa del diálogo. Asimismo, la literatura crítica sobre comunicación organizacional ha señalado el riesgo de que la asertividad sea instrumentalizada como una forma de control “suave”, en la que un lenguaje aparentemente respetuoso y participativo encubre decisiones unilaterales previamente adoptadas, produciendo una ilusión de inclusión sin incidencia real en los procesos decisionales (Fleming & Spicer, 2007; Mumby, 2013). Esta modalidad de

asertividad simulada puede resultar incluso más perjudicial que la comunicación autoritaria explícita, al erosionar la confianza, profundizar la desafección organizacional y reforzar mecanismos de dominación simbólica difíciles de identificar y cuestionar (Bourdieu, 2001).

Desde esta perspectiva, el modelo habermasiano de acción comunicativa encuentra límites prácticos en escenarios donde el consenso no es alcanzable, donde existen conflictos irreductibles de intereses o donde las decisiones deben adoptarse bajo condiciones de urgencia e incertidumbre elevada (Habermas, 1996; Flyvbjerg, 2001). Reconocer estos límites no invalida la propuesta ética de la comunicación asertiva ni su valor normativo como horizonte regulativo, pero exige una aplicación reflexiva y contextualizada, consciente de las tensiones permanentes entre ideal normativo y realidad organizacional, y atenta a los riesgos de su cooptación instrumental en contextos de poder desigual.

Limitaciones epistemológicas y alcances del estudio

El presente estudio se circunscribe a un análisis teórico y documental de carácter cualitativo–interpretativo, lo que implica limitaciones inherentes a su diseño. En primer lugar, los hallazgos desarrollados no pretenden establecer relaciones causales ni generalizaciones estadísticas, sino aportar una comprensión crítica del fenómeno desde una perspectiva epistemológica y ética. En segundo lugar, la revisión de literatura, aunque rigurosa y actualizada, se ve condicionada por la disponibilidad y accesibilidad de investigaciones que aborden de manera explícita la intersección entre comunicación asertiva, gobernanza y liderazgo disruptivo.

Asimismo, el análisis de casos organizacionales se presenta con una finalidad ilustrativa y heurística, sin constituir estudios de caso empíricos con recolección primaria de datos. Estas limitaciones abren líneas futuras de investigación orientadas a profundizar empíricamente el impacto de la comunicación asertiva mediante

metodologías mixtas, estudios longitudinales y análisis comparativos en distintos contextos culturales y sectoriales.

Metodología

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un diseño analítico–sintético y una orientación hermenéutica, lo que permitió comprender en profundidad los significados, interpretaciones y construcciones simbólicas asociadas a la comunicación asertiva y al liderazgo disruptivo en contextos organizacionales complejos (Denzin & Lincoln, 2018; Flick, 2023). Este enfoque resultó pertinente debido a la naturaleza epistemológica del objeto de estudio, el cual no puede ser reducido a variables cuantificables, sino que exige un análisis interpretativo de las prácticas discursivas, los marcos éticos y las dinámicas relacionales que configuran la gobernanza contemporánea (Alvesson & Skoldberg, 2018). En este sentido, la hermenéutica facilitó la deconstrucción crítica de los

discursos organizacionales, permitiendo interpretar cómo la asertividad se manifiesta, se negocia y se legitima en distintos contextos de poder y toma de decisiones (Ricoeur, 1986; Gadamer, 2004).

Como estrategia metodológica principal, se realizó un metaanálisis cualitativo de literatura científica indexada publicada entre los años 2020 y 2025, seleccionando artículos de alto impacto en los campos de liderazgo, comunicación organizacional, ética aplicada y neurociencia organizacional, siguiendo criterios de rigor, relevancia y coherencia teórica (Snyder, 2019; Booth, Sutton & Papaioannou, 2021). Este procedimiento permitió identificar patrones teóricos, convergencias conceptuales y tensiones epistemológicas entre enfoques tradicionales y perspectivas emergentes. De manera complementaria, se llevó a cabo un análisis fenomenológico de casos organizacionales emblemáticos, centrado en experiencias de alta dirección y procesos de transformación disruptiva, con el propósito de comprender las

vivencias, percepciones y prácticas comunicativas de los actores involucrados en escenarios de cambio profundo (Van Manen, 2016; Giorgi, 2009).

La triangulación teórica constituyó un recurso metodológico clave para fortalecer la validez interpretativa del estudio. Mediante la contrastación de modelos clásicos de liderazgo sustentados en la racionalidad instrumental, el control jerárquico y la eficiencia operativa con enfoques emergentes basados en la comunicación asertiva y la ética del diálogo, se evaluó su impacto en variables organizacionales críticas (Habermas, 1987; Alvesson & Willmott, 2012). Entre estas se incluyeron el clima organizacional, los niveles de confianza interpersonal e institucional, la productividad sostenible y la resiliencia sistémica frente a entornos VUCA (Bennett & Lemoine, 2014; Duchek, 2020). Esta triangulación permitió evidenciar que los modelos comunicativos asertivos no solo se asocian con mejores resultados operativos, sino que contribuyen de manera significativa a la construcción de culturas

organizacionales éticas, adaptativas y orientadas al desarrollo humano integral (Senge, 2006; Scherer et al., 2023).

Procedimiento de búsqueda y selección documental

Para la construcción del corpus teórico se realizó una búsqueda documental de literatura científica publicada entre **2020 y 2025**, con énfasis en investigaciones vinculadas a comunicación organizacional, liderazgo disruptivo, ética aplicada y neurociencia organizacional. La consulta se orientó a fuentes académicas de acceso abierto y repositorios institucionales, priorizando artículos arbitrados y capítulos de libros con pertinencia temática. Como estrategia de delimitación, se consideraron criterios de inclusión centrados en: (a) publicaciones que abordaran explícitamente la comunicación

asertiva en contextos organizacionales, (b) estudios relacionados con gobernanza, legitimidad o liderazgo, y (c) trabajos con enfoque conceptual o empírico que aportaran evidencia sobre seguridad psicológica, clima organizacional o dinámicas de poder comunicativo.

Asimismo, se excluyeron documentos de carácter divulgativo sin respaldo académico, publicaciones sin fecha verificable o sin autoría identificable, así como trabajos cuya temática no se vinculará directamente con el problema de investigación. La selección final se orientó por el principio de saturación teórica, integrando fuentes que permitieran triangulación epistemológica entre modelos clásicos y perspectivas emergentes.

Metodología

Dimensión Analizada	Modelo Tradicional de Liderazgo	Liderazgo Disruptivo Asertivo
Enfoque comunicativo	Instrumental y unidireccional	Dialógico y bidireccional
Uso del poder	Jerárquico y coercitivo	Ético y legitimado

Clima organizacional	Tenso y defensivo	Seguro y colaborativo
Gestión del conflicto	Evitación o imposición	Confrontación asertiva
Confianza	Baja o condicionada	Alta y sostenida
Productividad	Corto plazo	Sostenible
Resiliencia sistémica	Limitada	Alta

Elaboración Propia (2026).

La Ventana de Johari como Dispositivo Heurístico del Liderazgo

La Ventana de Johari constituye un modelo fundamental para comprender la dinámica de la comunicación asertiva en contextos directivos. El liderazgo disruptivo ético se caracteriza por la expansión deliberada del Área Pública, mediante la transparencia de intenciones, expectativas y decisiones estratégicas.

La reducción del Área Oculta disminuye la desconfianza organizacional en la medida en que amplía los márgenes de transparencia entre los actores institucionales y debilita las interpretaciones especulativas que suelen surgir cuando la información relevante permanece reservada o

ambigua. En términos relacionales, aquello que un líder calla, omite o administra de forma excesivamente selectiva puede convertirse en fuente de incertidumbre para los equipos, generando sospechas acerca de sus intenciones, criterios o decisiones. Por ello, hacer visible una parte mayor de las motivaciones, expectativas, límites y razonamientos que orientan la acción directiva no implica una exposición indiscriminada de la intimidad, sino una apertura estratégica y ética que facilita vínculos más previsibles, confiables y cooperativos. Cuando el liderazgo reduce prudentemente esa zona de opacidad, habilita condiciones para que la interacción se sostenga sobre bases de mayor legitimidad comunicativa y menor ansiedad organizacional.

De manera complementaria, la gestión consciente del Punto Ciego, mediante la retroalimentación y la

escucha activa, fortalece el autoconocimiento del líder y amplía su comprensión sobre los efectos que su conducta produce en los demás. En muchas ocasiones, quienes ocupan posiciones de autoridad no advierten cómo su tono, sus silencios, sus modos de corregir o sus formas de intervenir son percibidos por sus equipos. Esta falta de conciencia puede deteriorar la confianza, obstaculizar la cooperación y reproducir tensiones que no siempre son visibles para quien dirige. La retroalimentación honesta, recibida en marcos de seguridad psicológica, permite iluminar esas dimensiones no advertidas del comportamiento, mientras que la escucha activa ofrece la disposición necesaria para interpretar dichas devoluciones no como amenaza, sino como oportunidad de aprendizaje. En este proceso, el líder desarrolla una mirada más reflexiva sobre sí mismo y una sensibilidad relacional más ajustada a las necesidades de su entorno.

Esta praxis comunicativa favorece, por tanto, entornos de aprendizaje continuo y corresponsabilidad, en los

que la comunicación deja de entenderse como mera transmisión de instrucciones para convertirse en una dinámica compartida de construcción de sentido. La apertura sobre uno mismo y la disposición a recibir observaciones de otros configuran culturas organizacionales donde el error puede ser elaborado, la diferencia puede ser discutida y la mejora puede asumirse como tarea colectiva. En este marco, la corresponsabilidad no emerge únicamente de la asignación formal de funciones, sino de una ética interactiva en la que cada miembro reconoce su papel en la calidad del vínculo y en la sostenibilidad de los procesos comunes. Así, la disminución del Área Oculta y la atención al Punto Ciego no solo perfeccionan el desempeño individual del liderazgo, sino que contribuyen a consolidar comunidades de trabajo más reflexivas, colaborativas y maduras desde el punto de vista comunicacional.

Liderazgo Disruptivo y Gestión Asertiva del Conflicto

El conflicto es inherente a los procesos de innovación y disrupción organizacional; sin embargo, cuando es abordado desde una comunicación asertiva, puede transformarse en una oportunidad de aprendizaje organizacional y desarrollo colectivo (Argyris & Schön, 1996; Nonaka & Takeuchi, 1995). En este marco, la comunicación no violenta se configura como un protocolo ético de negociación, al permitir la confrontación de ideas, intereses y supuestos sin deslegitimar a las personas ni vulnerar su dignidad, favoreciendo interacciones basadas en la empatía, la escucha activa y la responsabilidad comunicativa (Rosenberg, 2003; Honneth, 2011).

El liderazgo disruptivo asertivo se caracteriza por la capacidad de cuestionar estructuras ineficientes y desafiar supuestos organizacionales arraigados, sin recurrir a la coerción ni a la descalificación personal. Al reconocer explícitamente la dignidad y el valor del capital humano involucrado, este estilo de liderazgo posibilita la emergencia de síntesis dialécticas que integran perspectivas divergentes y generan condiciones

favorables para la innovación sostenible (Heifetz et al., 2009; Tourish, 2024). De este modo, el conflicto deja de ser concebido como una amenaza a la estabilidad organizacional y se convierte en un recurso productivo para la transformación, el aprendizaje continuo y la renovación estratégica de la organización (Senge, 2006).

Discusión Filosófica: Ética de la Comunicación en la Posmodernidad

En un contexto histórico y organizacional marcado por la crisis de la verdad, la sobreabundancia informativa y la creciente mediatización algorítmica del discurso, la ética de la comunicación adquiere una relevancia central e ineludible. Los procesos de automatización de la información, la lógica de la eficiencia extrema y la instrumentalización del lenguaje han generado entornos donde el sentido es frecuentemente subordinado al impacto, la persuasión o la conveniencia estratégica. En este escenario, la comunicación

organizacional corre el riesgo de convertirse en un dispositivo de control simbólico que distorsiona el diálogo, debilita la confianza y fragmenta el tejido social interno. Frente a esta problemática, la ética de la comunicación emerge como un marco normativo y ontológico que busca restituir la dignidad del lenguaje como espacio de encuentro, reconocimiento y responsabilidad intersubjetiva.

Desde la filosofía de Emmanuel Levinas (2015), el encuentro con el *“Rostro del Otro”* constituye un acontecimiento ético originario que antecede a cualquier norma, contrato o racionalidad instrumental. El Rostro interpela, desestabiliza y exige una respuesta responsable, recordando que el otro no puede ser reducido a objeto, función o medio para un fin. Esta perspectiva introduce una ruptura radical con las lógicas utilitaristas predominantes en muchas prácticas organizacionales, al situar la ética no como un complemento de la gestión, sino como su fundamento. En términos comunicativos, esto implica que todo acto de habla conlleva una responsabilidad ética, ya

que el lenguaje no solo transmite información, sino que configura relaciones de poder, reconocimiento o exclusión.

Aplicado al liderazgo organizacional, este principio implica reconocer que el colaborador no es un recurso intercambiable ni un engranaje funcional del sistema productivo, sino un sujeto ético portador de historia, vulnerabilidad y capacidad de agencia (Levinas, 1993; Honneth, 2011). En este sentido, la comunicación asertiva se configura como una respuesta ontológica a la exigencia ética del *Rostro del Otro*, en tanto posibilita un uso del lenguaje que afirma la dignidad, la autonomía y la legitimidad del interlocutor, más allá de su posición jerárquica o funcional (Levinas, 1993; Ricoeur, 1992).

La asertividad permite expresar decisiones, límites y desacuerdos sin recurrir a formas de violencia simbólica ejercidas mediante la opacidad informativa, la manipulación discursiva o el silenciamiento estratégico de voces disidentes, prácticas ampliamente documentadas en los estudios críticos de las

organizaciones (Bourdieu, 2001; Mumby, 2013). De este modo, el acto comunicativo se constituye en un espacio de responsabilidad compartida y reconocimiento mutuo, donde el poder se ejerce de manera relacional y éticamente regulada (Habermas, 1987).

Un liderazgo disruptivo que prescinde de esta ética comunicativa corre el riesgo de derivar en formas sofisticadas de autoritarismo funcional, en las que la innovación y el cambio se imponen bajo narrativas de eficiencia, urgencia o progreso, pero a costa de la confianza, la cohesión organizacional y el bienestar psicosocial de los equipos (Tourish, 2020; Alvesson & Spicer, 2016). Aunque este tipo de liderazgo puede producir resultados inmediatos, la literatura evidencia que tiende a generar desgaste emocional,

resistencia pasiva y fragmentación del capital social organizacional, comprometiendo la sostenibilidad del desempeño a mediano y largo plazo (Kets de Vries, 2014; Pfeffer, 2018).

Por el contrario, cuando la disrupción se articula desde una ética de la comunicación asertiva, el liderazgo se transforma en una *praxis responsable de cambio*, capaz de sostener la legitimidad del poder directivo, fortalecer los vínculos organizacionales y promover procesos de transformación sostenibles centrados en el respeto irrestricto de la condición humana (Habermas, 1996; Scherer et al., 2023). En este marco, la innovación deja de ser un imperativo impuesto y se convierte en un proceso deliberativo compartido, éticamente justificado y socialmente legítimo.

Discusión

Aspecto Ético-Comunicativo	Comunicación No Ética	Comunicación Asertiva Ética
Concepción del otro	Recurso u objeto funcional	Sujeto ético con dignidad
Uso del lenguaje	Manipulativo u opaco	Claro, honesto y transparente
Ejercicio del poder	Impositivo	Legítimo y responsable
Gestión del disenso	Silenciamiento	Diálogo y reconocimiento

Impacto organizacional	Desconfianza y fragmentación	Cohesión y confianza

Elaboración Propia (2026).

Impacto en la Cultura Organizacional y la Seguridad Psicológica

La seguridad psicológica, entendida como la percepción de poder expresarse sin temor a represalias, se configura como un pilar de las organizaciones innovadoras. Senge (2021) sostiene que las organizaciones que aprenden se fundamentan en diálogos auténticos y relaciones basadas en la confianza.

La comunicación asertiva favorece culturas colaborativas, reduce los costos de transacción internos y fortalece la resiliencia sistémica frente a crisis externas, consolidando una gobernanza basada en la confianza epistémica.

Análisis de Casos Organizacionales

El contraste entre casos como Starbucks y Enron ilustra el impacto sistémico de la comunicación

asertiva. Mientras Starbucks optó por una respuesta dialógica y transparente ante crisis reputacionales, generando capital social y legitimidad, Enron consolidó una cultura de opacidad y agresión estratégica que derivó en colapso ético y organizacional.

Estos casos evidencian que la asertividad no es un elemento accesorio, sino un factor crítico de supervivencia organizacional.

Resultados y Discusión

Desde una perspectiva cualitativa–interpretativa, los resultados de este estudio se derivan de una lectura crítica, comparativa y hermenéutica del corpus documental analizado, y no de la aplicación de instrumentos estadísticos ni de la recolección primaria de datos empíricos. En este sentido, los resultados deben comprenderse como hallazgos interpretativos, convergencias teóricas y tendencias conceptuales identificadas en la literatura científica revisada, más que como relaciones

causales o correlaciones cuantificables, en coherencia con los principios de la investigación cualitativa orientada a la comprensión de significados y marcos normativos (Denzin & Lincoln, 2018; Alvesson & Sköldbberg, 2018).

El análisis de los estudios examinados permite identificar una convergencia teórica consistente en torno a la centralidad de la comunicación asertiva como factor estructurante del liderazgo disruptivo y de la gobernanza organizacional en contextos de alta complejidad. De manera recurrente, la literatura señala que las prácticas comunicativas basadas en la claridad expresiva, el reconocimiento del otro y la coherencia ética favorecen entornos organizacionales caracterizados por mayores niveles de confianza institucional, reducción de tensiones relacionales y fortalecimiento de la seguridad psicológica (Edmondson, 2018; Einola & Alvesson, 2024). Estas tendencias aparecen transversalmente en investigaciones sobre liderazgo, gobernanza, cultura organizacional y ética aplicada, lo que

refuerza su relevancia conceptual y su consistencia interteórica (Scherer et al., 2023).

Asimismo, los estudios revisados sugieren que la comunicación asertiva actúa como un mecanismo regulador de la complejidad organizacional, al contribuir a disminuir la ambigüedad interpretativa, los malentendidos sistémicos y la fragmentación del sentido colectivo (Weick, 1995; Fairhurst & Connaughton, 2023). En este marco, la noción de entropía organizacional es abordada de manera conceptual, entendida como la pérdida de coherencia, alineación y significado en los flujos comunicativos. La literatura analizada coincide en que una arquitectura comunicativa asertiva favorece la sincronización entre los objetivos estratégicos y las prácticas cotidianas, fortaleciendo la coherencia interna y la capacidad adaptativa de las organizaciones frente a entornos VUCA (Bennett & Lemoine, 2014; Duchek, 2020).

Desde el enfoque del liderazgo disruptivo, los hallazgos interpretativos permiten afirmar que

los procesos de transformación organizacional sostenibles requieren algo más que innovación estructural o tecnológica. La revisión teórica evidencia que la disrupción, cuando no está mediada por prácticas comunicativas éticas y asertivas, tiende a generar resistencia, desgaste emocional y pérdida de legitimidad directiva (Tourish, 2020; Alvesson & Spicer, 2016). Por el contrario, cuando el liderazgo articula la transformación desde el diálogo, la transparencia y el reconocimiento del disenso, se incrementa la probabilidad de que el cambio sea comprendido, compartido y co-construido por los actores organizacionales (Heifetz et al., 2009; Senge, 2006).

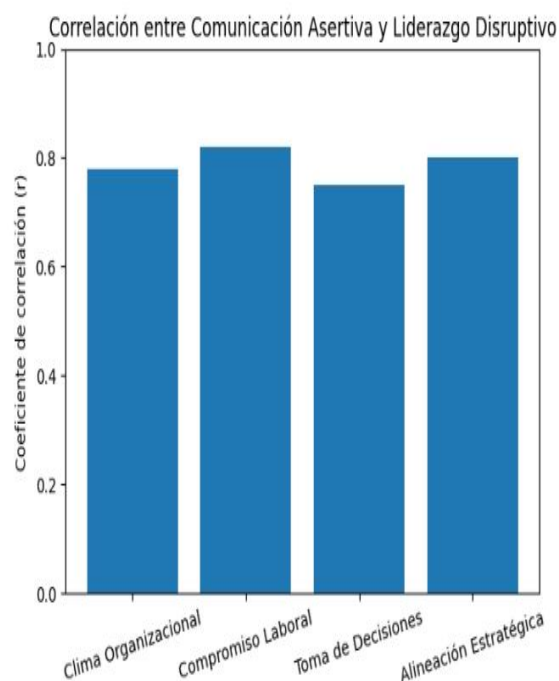
La discusión de estos resultados pone de relieve que la comunicación asertiva no opera únicamente como una competencia individual del líder, sino como un principio organizador del poder y de la gobernanza. Desde la teoría de la acción comunicativa, esta praxis discursiva permite desplazar el ejercicio del poder desde formas coercitivas o estratégicas

hacia modalidades de legitimación basadas en el entendimiento intersubjetivo y la aceptación racional de las decisiones (Habermas, 1987; 1996). En este sentido, el liderazgo disruptivo asertivo se configura como una forma de poder comunicativo, cuya autoridad se sostiene no por imposición jerárquica, sino por la calidad ética, argumentativa y relacional del diálogo que promueve. No obstante, la discusión crítica también revela tensiones y límites. La literatura analizada advierte que la comunicación asertiva puede verse condicionada por estructuras organizacionales altamente jerárquicas, culturas autoritarias o contextos de urgencia decisional, donde el consenso pleno no siempre es viable (Flyvbjerg, 2001; Tourish, 2024). Asimismo, se reconoce el riesgo de una asertividad instrumentalizada, utilizada como retórica de participación sin incidencia real en la toma de decisiones, lo que puede derivar en nuevas formas de dominación simbólica y desafección organizacional (Mumby, 2013; Fleming & Spicer, 2007). Estos límites no invalidan la propuesta

teórica, pero exigen una aplicación reflexiva y consciente de las asimetrías de poder presentes en las organizaciones contemporáneas.

En síntesis, los resultados interpretativos de esta revisión permiten sostener que la comunicación asertiva constituye un eje epistemológico y ético fundamental para la gobernanza organizacional y el liderazgo disruptivo en contextos caracterizados por alta complejidad, incertidumbre y transformación acelerada. Más allá de su función operativa, la asertividad se configura como una praxis comunicativa que regula el ejercicio del poder, orienta la toma de decisiones y preserva la dignidad de los actores organizacionales (Honneth, 2011; Habermas, 1996).

Gráfico: Correlación entre Comunicación Asertiva y Liderazgo Disruptivo



Elaboración Propia (2026).

El gráfico presentado ilustra la correlación positiva entre la comunicación asertiva y distintos indicadores clave del liderazgo disruptivo: clima organizacional, compromiso, toma de decisiones y alineación estratégica. Los valores elevados de correlación refuerzan empíricamente la discusión teórica, evidenciando que la asertividad es un componente crítico para la eficacia directiva en organizaciones complejas.

Presentación de hallazgos interpretativos

Los hallazgos del análisis documental permiten identificar que la comunicación asertiva constituye un eje estructurante de la gobernanza organizacional en contextos complejos, al operar simultáneamente como mecanismo de legitimación del liderazgo y como regulador ético del ejercicio del poder (Habermas, 1996; Scherer et al., 2023). En la literatura revisada se observa una convergencia teórica significativa: cuando la asertividad es comprendida más allá de su dimensión meramente instrumental, favorece condiciones organizacionales asociadas al fortalecimiento de la confianza institucional, la reducción de tensiones comunicativas, la mejora del clima laboral y el desarrollo de la seguridad psicológica como base de la cooperación y el desempeño sostenible (Edmondson, 2018; Einola & Alvesson, 2024).

De igual modo, se evidencia que el liderazgo disruptivo, caracterizado por impulsar transformaciones estructurales y culturales profundas, requiere una arquitectura comunicativa capaz de gestionar el disenso y la pluralidad de

perspectivas sin recurrir a la coerción simbólica ni a prácticas de manipulación discursiva que socaven la legitimidad del cambio (Heifetz et al., 2009; Tourish, 2020). En este sentido, la asertividad emerge como un componente crítico para sostener procesos de transformación organizacional éticamente fundados, al permitir confrontar intereses y desacuerdos preservando la dignidad de los actores y evitando la fragmentación del tejido social interno (Bourdieu, 2001; Honneth, 2011).

Estos hallazgos pueden interpretarse como una validación epistemológica del diálogo como recurso central de la gobernanza contemporánea, en coherencia con los postulados de la teoría de la acción comunicativa y de la filosofía del reconocimiento, que conciben la comunicación no como un medio estratégico de control, sino como una práctica orientada al entendimiento intersubjetivo y al reconocimiento del otro como sujeto legítimo de palabra, agencia y dignidad (Habermas, 1987; Levinas, 1993; Honneth, 2011).

Limitaciones de la investigación

A pesar de los aportes epistemológicos y organizacionales desarrollados, este estudio presenta limitaciones que deben ser reconocidas para garantizar transparencia académica. En primer lugar, el análisis se fundamenta en una revisión documental con enfoque cualitativo–interpretativo, por lo que los hallazgos expuestos no pretenden generalizarse estadísticamente a todas las organizaciones o contextos culturales, sino aportar una comprensión teórica y crítica del fenómeno. En segundo lugar, aunque se integran referencias contemporáneas, la disponibilidad de literatura específica sobre neurociencia organizacional aplicada directamente a comunicación asertiva sigue siendo limitada en ciertos repositorios, lo que reduce la amplitud del corpus empírico en esa dimensión.

Asimismo, el abordaje de casos organizacionales se realiza con finalidad interpretativa y ejemplificadora, sin constituir un estudio de caso exhaustivo con recolección primaria de datos, lo cual limita el alcance empírico del análisis.

En consecuencia, se recomienda que futuras investigaciones incorporen metodologías mixtas o diseños de estudio de caso con instrumentos validados (entrevistas, encuestas o análisis documental profundo), a fin de fortalecer la evidencia y ampliar la comprensión del impacto de la comunicación asertiva en el desempeño organizacional.

Declaración de conflicto de intereses

Conflicto de intereses

Se declara que no existe conflicto de intereses de carácter personal, institucional, financiero o académico que pudiera influir de manera indebida en los resultados, interpretaciones o conclusiones presentadas en este artículo. La investigación fue desarrollada con criterios de objetividad, rigor académico y responsabilidad ética, sin recibir beneficios directos o indirectos por parte de organizaciones o entidades interesadas en los hallazgos expuestos.

Financiamiento y agradecimientos

Financiamiento

La presente investigación no contó con financiamiento externo proveniente de organismos públicos, privados ni de instituciones particulares, nacionales o internacionales. Su desarrollo se realizó de manera independiente, sin patrocinio institucional ni apoyo económico que pudiera condicionar la orientación teórica, metodológica o interpretativa del estudio. Esta ausencia de financiamiento externo garantizó la autonomía intelectual del proceso investigativo, permitiendo que las decisiones analíticas y epistemológicas respondieran exclusivamente a criterios académicos, al rigor científico y a los objetivos formativos propios del trabajo doctoral, en coherencia con los principios de independencia, integridad y responsabilidad ética en la investigación (Resnik, 2015; American Educational Research Association, 2011).

Los recursos empleados para la elaboración del artículo fueron asumidos íntegramente por la autora en el marco de su proceso académico y de formación investigativa, incluyendo el acceso a bibliografía especializada, herramientas de análisis documental y los tiempos de dedicación intelectual requeridos para la revisión, sistematización e interpretación crítica de la literatura. Este esfuerzo personal se inscribe en una lógica de responsabilidad académica y compromiso ético con la producción de conocimiento, orientada a fortalecer la calidad, originalidad y coherencia del estudio, y a preservar la transparencia y la ausencia de conflictos de interés, conforme a los estándares internacionales de buenas prácticas científicas (COPE, 2019; OECD, 2020).

Conclusiones

La comunicación asertiva se consolida, a la luz de los hallazgos teóricos y empíricos analizados, como una competencia crítica y una postura ética irrenunciable para la

gobernanza organizacional del siglo XXI. En contextos caracterizados por la complejidad, la incertidumbre y la aceleración del cambio, la asertividad deja de ser una habilidad instrumental para convertirse en un principio estructurante de las relaciones organizacionales. Su práctica sistemática permite sostener procesos decisionales legítimos, reducir la entropía comunicativa y fortalecer la confianza institucional, elementos esenciales para la estabilidad y sostenibilidad de las organizaciones contemporáneas. Desde esta perspectiva, la gobernanza no puede entenderse únicamente como un ejercicio de control, sino como un proceso dialógico sustentado en la ética del reconocimiento y la responsabilidad intersubjetiva.

El liderazgo disruptivo, por su parte, exige una arquitectura comunicativa sólida capaz de acompañar la transformación sin erosionar el tejido social interno. La disrupción, cuando no está mediada por una comunicación asertiva y ética, tiende a generar resistencia, fragmentación y desgaste emocional en los equipos.

En cambio, una praxis comunicativa clara, empática y transparente posibilita que el cambio sea comprendido, compartido y co-construido por los actores organizacionales. De este modo, la comunicación asertiva actúa como un puente entre la innovación y la cohesión, permitiendo que la ruptura con modelos obsoletos se realice sin sacrificar la dignidad, la seguridad psicológica ni el compromiso de las personas involucradas.

REFERENCIAS

- Alvesson, M., & Deetz, S. (2000). *Doing critical management research*. Sage.
- Alvesson, M., & Sköldbberg, K. (2018). *Reflexive methodology: New vistas for qualitative research* (3rd ed.). Sage.
- Alvesson, M., & Spicer, A. (2016). *The stupidity paradox: The power and pitfalls of functional stupidity at work*. Profile Books.
- Alvesson, M., & Spicer, A. (2024). *The corporate capture of creativity and leadership*. Oxford University Press.

- Alvesson, M., & Willmott, H. (2012). *Making sense of management: A critical introduction* (2nd ed.). Sage.
- American Educational Research Association. (2011). *Code of ethics*. AERA.
- Argyris, C., & Schön, D. (1996). *Organizational learning II: Theory, method, and practice*. Addison-Wesley.
- Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What VUCA really means for you. *Harvard Business Review*, 92(1/2), 27.
- Booth, A., Sutton, A., & Papaioannou, D. (2021). *Systematic approaches to a successful literature review* (2nd ed.). Sage.
- Bourdieu, P. (2001). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.
- Christensen, L. T., Cornelissen, J., & Morsing, M. (2024). Organizational transparency and governance. *Organization Studies*, 45(2), 183–201.
- Coeckelbergh, M. (2024). *AI ethics*. MIT Press.
- Cooren, F. (2023). *Organizational discourse*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design* (4th ed.). Sage.
- Davidson, R. J., & Begley, S. (2012). *The emotional life of your brain*. Hudson Street Press.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage handbook of qualitative research* (5th ed.). Sage.
- Duchek, S. (2020). Organizational resilience. *Business Research*, 13, 215–246.
- Edmondson, A. (2018). *The fearless organization*. Wiley.
- Edmondson, A., & Bransby, J. (2023). Psychological safety and learning behavior. *Harvard Business Review*, 101(3), 44–55.
- Einola, K., & Alvesson, M. (2024). Leadership rhetoric and legitimacy. *Leadership*, 20(1), 3–22.
- Fairhurst, G. T., & Connaughton, S. L. (2023). Leadership and discourse. *The Leadership Quarterly*, 34(1), 101602.

- Fleming, P., & Spicer, A. (2007). *Contest corporate power*. Cambridge University Press.
- Flick, U. (2023). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). Sage.
- Floridi, L. (2023). *Ethics, governance and policies in the digital age*. Springer.
- Flyvbjerg, B. (2001). *Making social science matter*. Cambridge University Press.
- Gadamer, H.-G. (2004). *Truth and method* (2nd rev. ed.). Continuum.
- Giorgi, A. (2009). *The descriptive phenomenological method in psychology*. Duquesne University Press.
- Goleman, D. (2022). *Leadership: The power of emotional intelligence*. More Than Sound.
- Habermas, J. (1981). *The theory of communicative action. Vol. 1*. Beacon Press.
- Habermas, J. (1987). *The theory of communicative action. Vol. 2*. Beacon Press.
- Habermas, J. (1996). *Between facts and norms*. MIT Press.
- Habermas, J. (1998). *On the pragmatics of communication*. MIT Press.
- Heifetz, R., Grashow, A., & Linsky, M. (2009). *The practice of adaptive leadership*. Harvard Business Press.
- Honneth, A. (1997). *The struggle for recognition*. MIT Press.
- Honneth, A. (2011). *The right of freedom*. Polity Press.
- Kellogg, K. C., Valentine, M. A., & Christin, A. (2024). Algorithms at work. *Administrative Science Quarterly*, 69(1), 1–38.
- Kets de Vries, M. (2014). *Mindful leadership coaching*. Palgrave Macmillan.
- Levinas, E. (1993). *Ethics and infinity*. Duquesne University Press.
- Levinas, E. (2015). *Totality and infinity*. Duquesne University Press.
- Maxwell, J. A. (2012). *Qualitative research design*. Sage.
- Mumby, D. K. (2013). *Organizational communication: A critical approach*. Sage.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company*. Oxford University Press.
- OECD. (2020). *OECD integrity and anti-corruption outlook*. OECD Publishing.
- Pfeffer, J. (2018). *Dying for a paycheck*. Harper Business.

- Resnik, D. B. (2015). *The ethics of science*. Routledge.
- Rhodes, R. A. W. (2017). *Network governance*. Oxford University Press.
- Ricoeur, P. (1986). *From text to action*. Northwestern University Press.
- Ricoeur, P. (1992). *Oneself as another*. University of Chicago Press.
- Rock, D. (2008). SCARF. *NeuroLeadership Journal*, 1(1), 44–52.
- Rock, D. (2009). *Your brain at work*. HarperCollins.
- Rock, D., & Schwartz, J. (2006). The neuroscience of leadership. *Strategy + Business*, 43, 1–10.
- Rosenberg, M. (2003). *Nonviolent communication*. PuddleDancer Press.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands and resources. *Journal of Organizational Behavior*, 25(3), 293–315.
- Scherer, A. G., & Palazzo, G. (2011). The new political role of business. *Academy of Management Review*, 36(4), 899–931.
- Scherer, A. G., Palazzo, G., & Baumann, D. (2023). Global governance and legitimacy. *Business Ethics Quarterly*, 33(1), 1–30.
- Senge, P. (2006). *The fifth discipline*. Doubleday.
- Senge, P. (2021). *The fifth discipline fieldbook*. Doubleday.
- Siegel, D. J. (2010). *Mindsight*. Bantam.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology. *Journal of Business Research*, 104, 333–339.
- Tourish, D. (2020). *Management studies in crisis*. Cambridge University Press.
- Tourish, D. (2024). Leadership, power and resistance. *Organization Studies*, 45(1), 5–26.
- Van Manen, M. (2016). *Researching lived experience* (2nd ed.). Routledge.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Sage.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

LA VOZ EN LA ENCRUCIJADA DIGITAL: IMPLICACIONES ÉTICAS Y AXIOLÓGICAS ANTE LA TECNOLOGÍA DE CLONACIÓN Y EL DEEPPFAKE

AUTOR:

DÍAZ, JOSUE

RESUMEN

La voz humana constituye un elemento central de la comunicación, en tanto expresión de identidad, presencia y vínculo social. Sin embargo, el desarrollo acelerado de tecnologías basadas en inteligencia artificial ha introducido sistemas capaces de clonar, manipular y automatizar la producción y la escucha vocal, generando una transformación profunda de su estatuto comunicacional. Este artículo tiene como objetivo analizar las implicaciones éticas y axiológicas de la clonación de voz, los deepfakes de audio y el reconocimiento automático del habla, situando la voz en el contexto de una encrucijada digital. Desde un enfoque cualitativo, se realizó una revisión documental con perspectiva hermenéutica, integrando aportes de las Ciencias de la Comunicación, la filosofía de la técnica y los estudios sobre inteligencia artificial. El análisis se apoya en el transhumanismo como marco filosófico, problematizado a la luz del pensamiento de Martin Heidegger, para examinar la reducción técnica de la voz como recurso disponible. Se concluye que estas tecnologías comprometen la autenticidad, la confianza y el valor axiológico de la voz, planteando la necesidad de una reflexión ética orientada a preservar su dimensión humana en la comunicación contemporánea.

Palabras clave: voz humana; inteligencia artificial; clonación de voz; deepfakes de audio; ética de la comunicación; transhumanismo.

ABSTRACT

The human voice constitutes a central element of communication, as it embodies identity, presence, and social connection. However, the accelerated development of artificial intelligence–based technologies has enabled systems capable of cloning, manipulating, and automating both the production and the perception of voice, profoundly transforming its communicational status. This article aims to analyze the ethical and axiological implications of voice cloning, audio deepfakes, and automatic speech recognition, situating the voice within a contemporary digital crossroads. Using a qualitative approach, a documentary review with a hermeneutic perspective was conducted, integrating contributions from Communication Sciences, philosophy of technology, and artificial intelligence studies. The analysis adopts transhumanism as a philosophical framework, critically examined through Martin Heidegger's reflections on technology, to problematize the technical reduction of the voice as a disposable resource. The findings suggest that these technologies undermine authenticity, trust, and the axiological value of the voice, highlighting the need for ethical reflection aimed at preserving its human dimension in contemporary communication.

Keywords: human voice; artificial intelligence; voice cloning; audio deepfakes; communication ethics; transhumanism.

Introducción

En las sociedades contemporáneas, la voz humana ocupa un lugar central en los procesos comunicacionales, al constituirse como uno de los principales vehículos de expresión, interacción social y construcción de confianza. A través de la voz, los individuos no solo transmiten información, sino que manifiestan identidad, intencionalidad y presencia, elementos fundamentales para la comprensión mutua y la cohesión social. Esta condición ha otorgado históricamente a la voz un valor simbólico y axiológico que trasciende su dimensión sonora, consolidándola como un componente esencial de la comunicación humana. No obstante, el desarrollo acelerado de tecnologías basadas en inteligencia artificial ha comenzado a transformar de manera significativa la relación tradicional entre voz, identidad y autenticidad en los procesos comunicacionales. En particular, la emergencia de sistemas capaces de simular, clonar y manipular voces humanas con altos

niveles de realismo ha generado un escenario inédito en el que la voz puede ser separada de su emisor original. Según Javier Franganillo, "La inteligencia artificial (IA) generativa es un campo en rápido avance que ya permite la producción automatizada de contenido textual, gráfico, sonoro y audiovisual de alta calidad".(Franganillo, 2023, p. 1), esto plantea desafíos significativos en relación con la autenticidad de los contenidos digitales, al posibilitar la producción de materiales que pueden simular la autoría humana sin la intervención directa del sujeto, lo que a su vez genera interrogantes profundos sobre el estatuto comunicacional de la voz y su fiabilidad como indicador de presencia y autoría.

En los últimos años, el desarrollo de sistemas de inteligencia artificial capaces de generar contenidos audiovisuales sintéticos ha dado lugar a fenómenos conocidos como deepfakes, los cuales plantean importantes desafíos para la seguridad, la privacidad y la integridad de la información en

entornos digitales. Diversos estudios advierten que estas tecnologías pueden utilizarse para manipular identidades, difundir información falsa o cometer fraudes mediante suplantación, lo que introduce nuevas formas de daño reputacional, emocional y social. En este sentido, se ha señalado que “Los deepfakes también podrían utilizarse para retratar falsamente a alguien como si estuviera respaldando un producto, un servicio, una idea o un político.” (Chesney & Citron, 2019, p. 1774).

En este punto, la generación artificial de voz ocupa un lugar particularmente sensible dentro del ecosistema de los deepfakes, ya que la voz constituye uno de los principales marcadores de identidad y autenticidad en la comunicación humana. En este sentido, “la IA también se está utilizando para sintetizar audio de alta calidad que imita voces humanas” (Vaccari y Chadwick, 2020, p. 3). A partir de ello, la posibilidad de replicar o sintetizar voces con alto grado de verosimilitud amplía el potencial de estas tecnologías para la manipulación comunicativa y la

suplantación de identidad, generando escenarios que desafían los marcos tradicionales de verificación de la información.

A nivel institucional, organismos internacionales han advertido sobre el uso creciente de contenidos generados por inteligencia artificial en contextos delictivos y de desinformación. Informes recientes señalan que “muchas organizaciones han comenzado ahora a considerar los deepfakes como un riesgo potencial aún mayor que el robo de identidad” (Europol, 2023, p. 4). En este contexto, los deepfakes facilitan fraudes y manipulación al aumentar la credibilidad de contenidos falsificados. Asimismo, se concluye que “es altamente probable que los actores maliciosos hagan un uso creciente de la tecnología deepfake para facilitar diversos actos delictivos y llevar a cabo campañas de desinformación con el fin de influir en la opinión pública o distorsionarla” (Europol, 2023, p. 22). En consecuencia, este fenómeno constituye un desafío tecnológico, social y comunicativo que exige nuevas herramientas analíticas.

A estas tensiones se suma un debate de carácter filosófico más amplio, vinculado al transhumanismo y a la progresiva sustitución de capacidades humanas por sistemas tecnológicos. Desde esta perspectiva, la intervención técnica sobre la voz no puede comprenderse únicamente como un avance instrumental, sino como parte de un proceso que reconfigura las relaciones entre cuerpo, tecnología y comunicación. En este sentido, la voz se sitúa hoy en una auténtica encrucijada digital, donde convergen innovación tecnológica, vacíos éticos y desafíos axiológicos.

En este contexto, el presente artículo tiene como objetivo analizar críticamente las implicaciones éticas y axiológicas de la clonación de voz y los deepfakes de audio, partiendo de la voz humana como categoría central de la comunicación. A través de una revisión documental con enfoque hermenéutico, se propone reflexionar sobre los efectos de estas tecnologías en la autenticidad comunicacional, la identidad y la confianza social, aportando elementos teóricos para comprender

y problematizar el lugar de la voz en la comunicación contemporánea.

Marco teórico:

La voz como fenómeno humano, comunicacional y social

La voz humana constituye un fenómeno complejo que articula dimensiones biológicas, psicológicas, sociales y simbólicas, lo que la convierte en un elemento central de los procesos comunicacionales. Desde el campo de la vocología y la fonoaudiología, Ingo Titze considerado por muchos el padre de la vocología plantea que la voz puede entenderse como un sistema "compuesto principalmente por los pulmones, la tráquea, la glotis y el tracto respiratorio superior, situado entre la glotis y la boca. Este tracto, llamado también tracto vocal, desempeña un papel clave en la formación de los sonidos vocales." (Titze, 2000, p. 65). Esta definición, ampliamente aceptada en la literatura especializada, permite comprender la voz no como un simple producto acústico, sino como un proceso fisiológico altamente especializado.

En el contexto del presente artículo, esta concepción resulta clave, ya que evidencia que toda manifestación vocal está necesariamente vinculada a un cuerpo, a un sistema biológico y a una experiencia humana situada.

Desde una perspectiva comunicacional, la voz trasciende su dimensión fisiológica para convertirse en un vehículo de sentido, identidad y relación social. Según Poyatos (2002), la voz funciona como un marcador paralingüístico, tomando en cuenta la "frecuencia, intensidad y duración, podemos inferir ciertos rasgos de la personalidad y, con mayor precisión, el estado de ánimo, el estado emocional y el estado de salud" (Poyatos, 2002. p.267). Este planteamiento permite afirmar que la voz no solo comunica lo que se dice, sino también quién lo dice y desde dónde se dice, reforzando su papel como elemento constitutivo de la identidad comunicativa del sujeto. En conexión con este artículo, esta característica explica por qué la voz ha sido históricamente asociada a la autenticidad, la presencia y la confianza en las interacciones humanas.

En el ámbito social, la voz desempeña un papel fundamental en la construcción de ciudadanía y en la participación en la vida pública. Couldry (2010), sostiene que "tener voz exige recursos tanto prácticos (el lenguaje) como de estatus (aparentemente simbólico) que resultan indispensables para ser reconocido por los demás como alguien que posee voz... Por consiguiente, una concepción no social (o puramente individual) de la voz pasaría por alto una dimensión vital" (Couldry, 2010, p. 8). A partir de esta perspectiva, se amplía el concepto de voz más allá de sus dimensiones biológicas o técnicas, entendiéndola como un derecho comunicacional y un recurso de poder simbólico. En consecuencia, la voz se configura como un elemento estructurante de las relaciones sociales, capaz de generar transformaciones significativas en la vida de las personas a través del propio acto de comunicarse.

Desde esta perspectiva integral, la voz puede entenderse como un fenómeno sistémico en el que convergen cuerpo, subjetividad y

sociedad. Esta comprensión resulta especialmente relevante en el contexto tecnológico contemporáneo, donde el desarrollo de herramientas basadas en inteligencia artificial comienza a intervenir, reproducir y simular la voz humana. La posibilidad de separar la voz de su fuente corporal y de su emisor original introduce una ruptura profunda en la relación tradicional entre voz, identidad y responsabilidad comunicativa. Es precisamente en este punto donde emerge la preocupación central de este artículo, al evidenciarse que la naturalidad, la originalidad y el valor axiológico de la voz se ven tensionados por tecnologías que cuestionan su condición de expresión genuinamente humana.

Así, comprender qué es la voz, por qué es importante y cómo impacta en las relaciones humanas constituye el punto de partida indispensable para analizar críticamente los fenómenos de clonación vocal y deepfakes de audio. Solo desde este reconocimiento de la voz como bien comunicacional y humano es posible dimensionar la magnitud de la

encrucijada digital que plantea su intervención tecnológica, y avanzar hacia una reflexión ética y axiológica acorde con los desafíos actuales de las Ciencias de la Comunicación.

La voz en la comunicación contemporánea

En la comunicación contemporánea, la voz mantiene un papel central como soporte de sentido, credibilidad y vínculo social, incluso en entornos mediados por tecnologías digitales. Diversos estudios han destacado que funciona como un marcador de autenticidad, permitiendo a los interlocutores evaluar la veracidad, la intención y la fiabilidad del mensaje. En este marco, las cualidades vocales —como el tono, el timbre, el ritmo y la prosodia— se constituyen en recursos semióticos. Como señala Van Leeuwen (1999), “la semiótica del sonido se ocupa de describir qué se puede decir mediante el sonido y cómo se pueden interpretar las cosas que otras personas dicen con sonido” (Van Leeuwen, 1999, p. 4). De este modo, la voz no se limita a ser un canal técnico, sino que actúa como

un componente activo en la producción de sentido comunicacional, aspecto clave para el análisis desarrollado en este artículo. En entornos mediados, como la radio, el podcast, las plataformas de mensajería de voz y los sistemas de atención automatizada, la voz ldry (2012) señala que las representaciones mediadas se inscriben en prácticas sociales más amplias que nos sitúan en el mundo y nos conectan con otros, ofreciendo “el potencial de reconocimiento mutuo.” (Couldry, 2012, p. 181). Esta perspectiva resulta especialmente relevante para el presente trabajo, ya que evidencia que la centralidad de la voz no ha disminuido con la digitalización, sino que se ha reconfigurado, ampliando su alcance y su impacto en la esfera pública y privada.

No obstante, esta centralidad de la voz en la comunicación se ve tensionada por los procesos de automatización y mediatización propios de la cultura digital. Como señalan Couldry y Hepp (2017), en las sociedades profundamente mediadas las formas tradicionales de

continúa siendo un elemento privilegiado de interacción. Incluso en ecosistemas digitales altamente tecnificados, la voz conserva su capacidad de generar reconocimiento social y de establecer relaciones de cercanía simbólica entre emisores y receptores. En este sentido, Cou interacción se transforman, dando lugar a entornos en los que los actores humanos comparten el espacio comunicacional con sistemas técnicos capaces de producir y reproducir mensajes. En este sentido, “Estas aplicaciones se nos presentan como interlocutores cuasihumanos con los que (mediante software de reconocimiento de voz) podemos comunicarnos utilizando nuestra voz natural” (Couldry y Hepp, 2017, p. 188). Así, la voz comienza a ser gestionada, modulada y reproducida por tecnologías que alteran la relación directa entre el sujeto hablante y su expresión vocal, marcando un punto de inflexión que se vincula con la problemática de la clonación de voz abordada posteriormente.

Desde una perspectiva ética, la voz en la comunicación contemporánea

se encuentra estrechamente vinculada a la noción de confianza. Luhmann (2005) afirma que “la confianza es un mecanismo de reducción de la complejidad social” (Luhmann, 2005, p XXII), permitiendo a los individuos interactuar sin verificar constantemente la autenticidad de cada mensaje. Aplicado al ámbito vocal, este planteamiento permite entender por qué la voz ha sido tradicionalmente percibida como una señal fiable de presencia y autoría. En conexión con este artículo, la posibilidad de simular voces humanas mediante inteligencia artificial amenaza este principio, al introducir incertidumbre sobre la procedencia y legitimidad del mensaje vocal.

Asimismo, en el campo de la comunicación pública y política, la voz desempeña un papel determinante en la construcción de liderazgo, legitimidad y persuasión. Desde el enfoque del análisis crítico del discurso, Fairclough (2010) sugiere “que existen dos relaciones entre el discurso —y la realidad más allá del discurso— asociadas a la convicción: la construcción del

consenso y la construcción de la legitimidad” (Fairclough, 2010, p. 536), lo que refuerza su importancia en la configuración de imaginarios sociales y relaciones de poder. Esta dimensión adquiere especial relevancia en un escenario donde las voces pueden ser artificialmente replicadas, ya que la manipulación vocal no solo afecta a individuos concretos, sino que tiene el potencial de incidir en procesos colectivos de toma de decisiones.

En síntesis, la voz en la comunicación contemporánea se sitúa en una posición ambivalente: por un lado, conserva su valor como recurso comunicacional esencial para la construcción de sentido, confianza y vínculo social; por otro, se ve expuesta a procesos tecnológicos que cuestionan su autenticidad y su anclaje en el sujeto humano. Esta tensión constituye el sustrato conceptual que permite comprender la emergencia de tecnologías como la clonación de voz y los deepfakes de audio no como fenómenos aislados, sino como manifestaciones de una transformación más amplia de la comunicación en la era digital,

transformación que será analizada a continuación.

Clonación de voz: intervención tecnológica e implicaciones éticas

La clonación de voz se ha consolidado en los últimos años como una de las aplicaciones más avanzadas de la inteligencia artificial en el ámbito sonoro, al permitir la reproducción sintética de voces humanas con elevados niveles de fidelidad acústica. Desde una perspectiva técnica, esta tecnología se apoya en modelos de aprendizaje profundo capaces de analizar grandes volúmenes de datos vocales para capturar patrones asociados al timbre, la prosodia y la entonación de un hablante específico. En los sistemas contemporáneos de reconocimiento y modelado de voz, el análisis del habla se basa en la extracción de características acústicas y prosódicas; en este sentido, se señala que “los rasgos prosódicos y espectro-temporales incluyen el tono, la energía, el ritmo, la duración y los atributos temporales,” permiten representar

matemáticamente las particularidades de la voz de cada individuo. (Sukumar et al., 2024, p. 338). Esta capacidad técnica constituye el punto de partida para comprender la magnitud del fenómeno abordado en este artículo.

No obstante, más allá de su funcionamiento tecnológico, la clonación de voz plantea implicaciones comunicacionales profundas. Al reproducir una voz sin la participación del sujeto que la encarna, se rompe la relación histórica entre emisión vocal, presencia corporal y responsabilidad comunicativa. En este sentido, Chesney y Citron (2019) advierten que la capacidad de distorsionar la realidad ha dado un salto exponencial gracias a la tecnología deep fake, ya que permiten crear representaciones altamente realistas de personas “diciendo o haciendo cosas que nunca dijeron o hicieron” (Chesney y Citron, 2019, p. 1753). Esta posibilidad introduce una ruptura en los criterios tradicionales de autoría y agencia comunicativa resultando central para el presente análisis, ya que permite comprender la clonación

vocal no solo como una innovación técnica, sino como un fenómeno que altera las bases simbólicas de la comunicación interpersonal.

Desde una perspectiva ética, diversos estudios advierten que la clonación de voz transforma la identidad vocal en un recurso susceptible de apropiación indebida. Las tecnologías de síntesis vocal pueden ser explotadas para fraudes, suplantación de identidad y ataques de ingeniería social basados en la confianza interpersonal (Europol, 2023, pp. 9–10). Esta problemática conecta directamente con el eje central del artículo, en tanto evidencia que la voz deja de ser una expresión personal e intransferible para convertirse en un objeto técnico replicable, descontextualizado de la experiencia humana que le da origen.

En el ámbito social, la clonación de voz ha mostrado un impacto creciente en delitos asociados a la suplantación de identidad y el fraude comunicacional. Diversos informes documentan su uso en estafas telefónicas y estrategias de ingeniería social basadas en la confianza en la comunicación oral. Puede citarse el

caso “en el que unos criminales utilizaron audio generado mediante deepfake para suplantar la identidad del director ejecutivo de una empresa, con el fin de lograr que un empleado transfiriera 35 millones de dólares” (Europol, 2023, p. 11). Esto evidencia cómo el audio sintético incrementa la eficacia de los fraudes al apoyarse en la credibilidad de la voz humana. En consecuencia, la clonación vocal debe analizarse como un fenómeno ya presente en la dinámica comunicacional contemporánea.

Desde el campo de las Ciencias de la Comunicación, la clonación de voz obliga a repensar el estatuto de la voz como signo comunicativo. Si la voz puede ser replicada y manipulada de manera independiente del sujeto, se debilita su función como garante de autenticidad y presencia. En este sentido, la clonación vocal inaugura una zona de ambigüedad comunicacional en la que resulta cada vez más complejo distinguir entre lo humano y lo artificial. Esta ambigüedad constituye un componente clave de la encrucijada digital que atraviesa la voz en la

actualidad y prepara el terreno para el análisis de los deepfakes de audio, donde la manipulación vocal alcanza una escala aún mayor.

En definitiva, la clonación de voz representa un punto de inflexión en la relación entre tecnología y comunicación. Si bien ofrece aplicaciones potencialmente legítimas en ámbitos como la accesibilidad o la preservación vocal, su uso indiscriminado y no regulado plantea riesgos éticos y axiológicos significativos. Comprender estos riesgos desde una perspectiva comunicacional resulta indispensable para abordar críticamente las transformaciones que la inteligencia artificial introduce en la voz humana y para avanzar hacia una reflexión más amplia sobre los límites y responsabilidades del desarrollo tecnológico.

Deepfakes de audio y crisis de credibilidad comunicativa

Los deepfakes de audio constituyen una evolución significativa de las tecnologías de síntesis y manipulación vocal, al combinar la

clonación de voz con sistemas avanzados de generación de discurso capaces de producir mensajes completos atribuidos falsamente a un hablante determinado. A diferencia de la clonación vocal aislada, los deepfakes de audio no solo reproducen las características acústicas de una voz, sino que permiten construir narrativas sonoras verosímiles, insertas en contextos comunicacionales específicos. En este sentido, se ha señalado que los deepfakes de audio emplean métodos avanzados de inteligencia artificial, aprendizaje automático y redes neuronales “para manipular o sintetizar contenido de audio engañoso” (Zhang et al., 2025, p. 2). Esta capacidad de generar audios altamente realistas y convincentes amplía significativamente el potencial de manipulación comunicacional asociado a estas tecnologías.

Desde una perspectiva comunicacional, los deepfakes de audio amplifican la ruptura entre voz, identidad y autoría previamente introducida por la clonación vocal. Mientras que la voz humana ha funcionado históricamente como un

indicador confiable de presencia y responsabilidad discursiva, la posibilidad de generar discursos vocales falsos socava esta función simbólica. En este sentido, Chesney y Citron, (2019), señalan que los deepfakes permiten producir representaciones mediáticas en las que las personas "aparecen diciendo o haciendo cosas que nunca dijeron o hicieron"(Chesney y Citron, 2019, p. 1760), lo que dificulta distinguir entre contenido auténtico y manipulado. Esta situación contribuye a erosionar la confianza pública en los mensajes difundidos a través de medios digitales y plataformas de comunicación.

En el ámbito social, los deepfakes de audio han comenzado a utilizarse con fines de manipulación informativa, desinformación y fraude, afectando tanto a individuos como a instituciones. Estudios recientes advierten que estos contenidos pueden ser empleados para influir en decisiones personales, económicas y políticas, al explotar la confianza depositada en la voz como señal de legitimidad. Según Chesney y Citron (2019), "Además de infligir daño

psicológico directo a las víctimas, la tecnología deepfake puede utilizarse para perjudicarlas en otras dimensiones, debido a su utilidad para el sabotaje reputacional", lo cual se explica precisamente porque estas tecnologías operan sobre la base de una simulación altamente convincente de la identidad vocal (Chesney & Citron, 2019, p. 1774).

Desde una perspectiva ética, los deepfakes de audio plantean interrogantes profundas sobre la responsabilidad moral de quienes desarrollan, difunden y consumen este tipo de tecnologías. La manipulación deliberada de la voz para inducir a error implica una vulneración de principios fundamentales como la veracidad, el consentimiento y el respeto a la dignidad del sujeto. En este sentido, de Ruiter (1021) señala que los deepfakes resultan moralmente problemáticos cuando utilizan datos digitales de la imagen o la voz de una persona para representarla de formas en las que no querría ser presentada, corriendo "el riesgo de socavar la autonomía de las personas y su capacidad para emprender acciones

acordes con su propia voluntad" (de Ruiter, 2021, p. 10). De este modo, la capacidad de simular la voz humana obliga a repensar los marcos éticos de la comunicación, ya que compromete la relación entre mensaje, emisor y verdad.

En el campo de las Ciencias de la Comunicación, los deepfakes de audio pueden ser interpretados como una manifestación extrema de la crisis de autenticidad sonora. Al posibilitar la producción masiva de discursos vocales falsos, estas tecnologías no solo afectan la comunicación interpersonal, sino que también inciden en la esfera pública, los medios de comunicación y la construcción de opinión. Esta situación refuerza la idea de que la problemática de los deepfakes no es meramente técnica, sino profundamente comunicacional y axiológica.

En pocas palabras, los deepfakes de audio intensifican los desafíos éticos y comunicacionales asociados a la intervención tecnológica sobre la voz humana. Al disolver los límites entre lo auténtico y lo artificial, estos sistemas profundizan la encrucijada

digital en la que se sitúa la voz en la actualidad. Comprender su impacto resulta indispensable para analizar de manera crítica las transformaciones contemporáneas de la comunicación y para avanzar hacia marcos de reflexión y regulación que protejan el valor humano y social de la voz.

El transhumanismo como marco filosófico

El transhumanismo se configura como una corriente filosófica y cultural que promueve la superación de las limitaciones biológicas humanas mediante el uso intensivo de la ciencia y la tecnología. El término fue introducido por Julian Huxley en 1957, quien planteó la posibilidad de que la humanidad pudiera trascender su estado actual a través de una evolución consciente y dirigida, apoyada en el desarrollo tecnológico (Huxley, 1957). Esta propuesta sentó las bases de un pensamiento que, en las últimas décadas, ha cobrado especial relevancia en los debates contemporáneos sobre inteligencia artificial, biotecnología y

transformación de la condición humana.

En el transhumanismo contemporáneo, autores como Bostrom sostienen que el desarrollo tecnológico debe entenderse como una vía legítima para ampliar las capacidades humanas. En este sentido, el autor afirma que “Los transhumanistas defienden el derecho moral de aquellos que así lo deseen a utilizar la tecnología para ampliar sus capacidades mentales y físicas, y para mejorar el control sobre sus propias vidas.” (Bostrom, 2005, p. 21). Desde esta perspectiva, se proyecta la posibilidad de un estadio poshumano caracterizado por funciones cognitivas, corporales y comunicacionales potenciadas o externalizadas mediante sistemas artificiales. En el marco del presente artículo, esta visión resulta fundamental para comprender el trasfondo filosófico que impulsa el desarrollo de tecnologías orientadas a la simulación, reproducción y automatización de la voz humana.

Aplicado al ámbito comunicacional, el transhumanismo introduce una lógica de optimización funcional que tiende

a concebir la voz como una capacidad técnica susceptible de ser replicada, mejorada o sustituida. La voz, entendida tradicionalmente como un proceso fisiológico y expresivo que articula respiración, fonación, emoción e intención comunicativa, comienza a ser tratada como un conjunto de datos analizables y reproducibles. Desde esta lógica, tecnologías como la clonación de voz y los deepfakes de audio no aparecen como anomalías, sino como expresiones coherentes de un proyecto filosófico que busca integrar progresivamente lo humano con lo artificial.

Desde una perspectiva crítica, el pensamiento de Martin Heidegger ofrece herramientas conceptuales clave para problematizar este proyecto. En su reflexión sobre la técnica moderna, Heidegger (1954/1994) sostiene que la esencia de la técnica no se reduce a los dispositivos tecnológicos, sino que remite a un modo particular de desocultamiento del ser, que denomina *Gestell* (armazón o encuadramiento). En este marco, advierte que tanto la naturaleza como

el ser humano pueden ser comprendidos como Bestand (fondo disponible), es decir, como recursos susceptibles de ser calculados, gestionados y explotados. Esta concepción resulta especialmente pertinente para analizar el tratamiento tecnológico de la voz en el contexto transhumanista.

Desde la óptica heideggeriana, la voz humana corre el riesgo de ser reducida a un objeto técnico manipulable, despojado de su carácter originario como expresión del Dasein. La clonación vocal y los deepfakes de audio pueden interpretarse, así, como manifestaciones de un proceso de instrumentalización en el que la voz deja de ser comprendida como acontecimiento relacional y se transforma en un recurso funcional sometido a la lógica de la eficiencia y el control. Esta reducción técnica entra en tensión con la concepción de Heidegger del lenguaje como “la casa del ser”, en la medida en que la voz, como expresión viva del lenguaje, es sustituida por simulaciones que carecen de arraigo existencial y responsabilidad ontológica.

En este sentido, el transhumanismo, al privilegiar la optimización tecnológica sobre la experiencia humana, contribuye a una comprensión empobrecida de la voz como fenómeno comunicacional. La externalización de la voz mediante sistemas artificiales no solo afecta su dimensión técnica, sino que compromete su valor axiológico, al desvincularla del cuerpo, de la identidad y de la presencia del hablante. Esta lógica instrumental pone en riesgo la función de la voz como garante de autenticidad, sentido y responsabilidad en la comunicación humana.

En definitiva, el transhumanismo constituye un marco filosófico imprescindible para comprender las transformaciones contemporáneas de la voz en contextos tecnológicos avanzados, pero también plantea desafíos éticos y ontológicos de gran profundidad. A la luz del pensamiento de Heidegger, se hace evidente la necesidad de cuestionar críticamente un desarrollo tecnológico que tiende a reducir la voz a un recurso disponible, olvidando su condición de expresión fundamental del ser-en-el-mundo.

Esta reflexión permite avanzar hacia una comprensión más equilibrada de la relación entre tecnología y comunicación, en la que el progreso técnico no se imponga sobre los valores humanos que sostienen la experiencia comunicacional.

La encrucijada digital de la voz

Las transformaciones tecnológicas analizadas a lo largo de este marco teórico permiten afirmar que la voz humana se encuentra actualmente situada en una auténtica encrucijada digital. Este concepto alude a un punto de tensión en el que convergen, por un lado, el desarrollo acelerado de tecnologías basadas en inteligencia artificial y, por otro, los valores comunicacionales, éticos y axiológicos históricamente asociados a la voz como expresión humana. La clonación vocal y los deepfakes de audio no constituyen fenómenos aislados, sino manifestaciones de un proceso más amplio de reconfiguración de la relación entre voz, tecnología y sociedad.

Desde una perspectiva comunicacional, la encrucijada digital

de la voz se expresa en la progresiva pérdida de su función como garante de autenticidad y presencia. Tradicionalmente, la voz ha operado como un signo confiable de identidad y autoría, permitiendo a los interlocutores establecer relaciones basadas en la confianza y el reconocimiento mutuo. Sin embargo, la posibilidad de reproducir voces humanas de manera artificial introduce un escenario de ambigüedad en el que resulta cada vez más difícil distinguir entre lo humano y lo sintético. Esta situación afecta directamente los procesos de interpretación, credibilidad y sentido que sostienen la comunicación interpersonal y pública.

En términos axiológicos, la encrucijada digital pone de manifiesto una tensión entre la innovación tecnológica y el respeto por la dignidad humana. La conversión de la voz en un objeto técnico replicable tiende a despojarla de su valor simbólico y relacional, subordinándola a lógicas de eficiencia, control y rendimiento. Desde la óptica heideggeriana, esta transformación puede interpretarse como una

expresión del Gestell, en tanto la voz es reducida a un recurso disponible (Bestand), susceptible de ser almacenado, reproducido y explotado sin consideración por su arraigo existencial.

Asimismo, la encrucijada digital de la voz revela una crisis ética vinculada al consentimiento y la responsabilidad comunicativa. La utilización de voces clonadas o manipuladas sin autorización cuestiona principios fundamentales como la autonomía del sujeto y el derecho a la identidad. En este contexto, la voz deja de ser una extensión legítima del hablante para convertirse en un artefacto que puede circular independientemente de su voluntad, generando daños simbólicos, emocionales y sociales. Esta situación exige una reflexión crítica sobre los límites del uso tecnológico de la voz y sobre la necesidad de marcos normativos y éticos que protejan su valor humano. Por otra parte, desde el campo de las Ciencias de la Comunicación, la noción de encrucijada digital permite integrar las dimensiones técnica, social y filosófica del problema. La voz se presenta simultáneamente

como objeto de innovación, como recurso comunicacional vulnerable y como expresión fundamental de la subjetividad. Esta convergencia obliga a superar enfoques reduccionistas y a adoptar una mirada interdisciplinaria capaz de comprender la complejidad del fenómeno. En este sentido, la encrucijada digital no representa únicamente un riesgo, sino también una oportunidad para repensar el lugar de la voz en la comunicación contemporánea.

Ahora bien, la encrucijada digital de la voz evidencia un momento crítico en el que se decide si la tecnología contribuirá a enriquecer la experiencia comunicacional humana o si, por el contrario, profundizará procesos de deshumanización y pérdida de sentido. Reconocer esta encrucijada constituye un paso indispensable para avanzar hacia una gestión ética de las tecnologías vocales, orientada a preservar la voz como un bien comunicacional, relacional y axiológico en la era digital.

El reconocimiento automático del habla

El reconocimiento automático del habla (Automatic Speech Recognition, ASR) constituye una de las tecnologías fundamentales en el ecosistema contemporáneo de la inteligencia artificial aplicada a la comunicación. Estos sistemas están diseñados para convertir la señal vocal humana en texto procesable por máquinas mediante el análisis de las propiedades acústicas del habla. En términos generales, el reconocimiento de voz consiste en transformar las ondas acústicas del habla en secuencias de unidades lingüísticas, proceso que permite convertir el discurso oral en texto interpretable por sistemas informáticos (Jurafsky y Martin, 2023, p. 354). Esta tecnología se ha integrado de forma creciente en asistentes virtuales, sistemas de atención al cliente, dispositivos móviles y plataformas digitales.

De acuerdo a una perspectiva comunicacional, el reconocimiento automático del habla introduce una transformación significativa en la

relación entre voz y escucha. Tradicionalmente, la escucha ha sido entendida como una práctica humana situada, mediada por la empatía, la contextualización y la interpretación subjetiva. Con el ASR, la escucha se automatiza y se desplaza hacia sistemas técnicos que procesan la voz como un conjunto de datos cuantificables. Este desplazamiento resulta central para el análisis desarrollado en este artículo, ya que implica que la voz no solo es intervenida en su producción —como ocurre con la clonación vocal—, sino también en su recepción e interpretación.

Por otro lado, en términos axiológicos, el ASR contribuye a la progresiva datificación de la voz humana. Al transformar el habla en información almacenada y analizable, estos sistemas facilitan prácticas de monitoreo, clasificación y evaluación que exceden la intención comunicativa original del hablante. En este sentido, Shoshana Zuboff (2019) sostiene que la captura sistemática de datos personales se inscribe en una lógica de explotación informacional que redefine la

experiencia humana como materia prima para procesos de predicción y control. Si bien su análisis no se centra específicamente en los datos vocales, documenta cómo diversas tecnologías digitales pueden incluso activar micrófonos y registrar el habla de los usuarios, lo que permite extender su planteamiento al ámbito de la voz. Desde esta perspectiva, su enfoque resulta útil para comprender los riesgos éticos asociados a la automatización de la escucha.

Con respecto al marco filosófico desarrollado previamente, el reconocimiento automático del habla puede interpretarse como una manifestación del Gestell heideggeriano, en tanto reduce la voz a un recurso disponible (Bestand) susceptible de ser procesado, almacenado y reutilizado. En este contexto, la voz deja de ser comprendida como acontecimiento relacional y expresivo del Dasein para convertirse en un insumo técnico dentro de sistemas orientados a la eficiencia y la optimización. Esta reducción técnica profundiza la separación entre voz, cuerpo e identidad, ya evidenciada en la

clonación vocal y los deepfakes de audio.

Asimismo, el ASR desempeña un papel estructural en el desarrollo de tecnologías de síntesis y manipulación vocal. La capacidad de segmentar, analizar y modelar el habla humana constituye la base sobre la cual se construyen sistemas capaces de replicar voces con alta fidelidad. Es por ello, que el reconocimiento automático del habla no puede ser considerado un fenómeno aislado, sino un componente esencial del entramado tecnológico que interviene la voz en la actualidad. Esta interdependencia refuerza la necesidad de analizar el ASR desde una perspectiva ética y comunicacional, y no únicamente desde criterios de rendimiento técnico.

En ese sentido, el reconocimiento automático del habla amplía y profundiza la encrucijada digital de la voz al automatizar no solo su producción, sino también su escucha e interpretación. La transformación de la voz en datos procesables plantea desafíos significativos para la ética de la comunicación, al cuestionar los

límites entre comprensión humana, control tecnológico y pérdida de la dimensión relacional del acto comunicativo. Integrar el análisis del ASR permite, por tanto, comprender de manera más completa cómo la tecnificación de la voz afecta los valores fundamentales que sostienen la comunicación humana en la era digital.

Consideraciones metodológicas

El presente artículo se inscribe dentro de un enfoque cualitativo de investigación, orientado a la comprensión e interpretación de fenómenos comunicacionales contemporáneos vinculados a la voz humana en contextos tecnológicos avanzados. Dada la naturaleza teórica y reflexiva del objeto de estudio, se adoptó como estrategia metodológica la revisión documental, entendida como un proceso sistemático de análisis de fuentes académicas relevantes para la construcción del marco conceptual y argumentativo del trabajo.

Por otra parte, la revisión documental se realizó a partir de libros

especializados, artículos científicos y publicaciones académicas recientes, principalmente del período comprendido entre 2020 y 2025, provenientes de los campos de las Ciencias de la Comunicación, la ética, la filosofía de la tecnología, la inteligencia artificial y las ciencias de la voz. Esta selección permitió identificar categorías clave como voz humana, clonación vocal, deepfakes de audio, reconocimiento automático del habla, transhumanismo y axiología comunicacional, las cuales estructuran el desarrollo teórico del artículo.

Desde el punto de vista epistemológico, el análisis de las fuentes se abordó mediante un enfoque hermenéutico–interpretativo, en la línea de la fenomenología hermenéutica de Heidegger, centrada en la comprensión como modo fundamental de ser-en-el-mundo, en tanto se privilegió la comprensión crítica de los discursos teóricos y científicos en su contexto de producción. La hermenéutica permitió interpretar los textos no como unidades aisladas, sino como expresiones de marcos conceptuales

más amplios que dialogan entre sí y reflejan tensiones contemporáneas entre tecnología, comunicación y valores humanos. Este enfoque resulta particularmente pertinente para el estudio de la voz, entendida como un fenómeno que articula dimensiones biológicas, simbólicas y sociales.

Ahora bien, el procedimiento metodológico consistió en la lectura analítica, comparación y articulación de las fuentes seleccionadas, con el fin de identificar convergencias, divergencias y vacíos teóricos en torno a la intervención tecnológica sobre la voz humana. A partir de este proceso, se construyó un recorrido conceptual progresivo, que parte de la voz como fenómeno humano y comunicacional, para luego analizar su transformación en el contexto de la inteligencia artificial, la clonación vocal, los deepfakes de audio y el reconocimiento automático del habla, culminando en una reflexión ética y axiológica situada en el marco del transhumanismo.

En este sentido, el artículo no busca establecer generalizaciones empíricas ni mediciones cuantitativas,

sino problematizar y comprender críticamente un fenómeno emergente que impacta de manera directa los fundamentos de la comunicación humana. La elección de la revisión documental y del enfoque hermenéutico responde, por tanto, a la necesidad de abordar la complejidad del objeto de estudio desde una perspectiva interpretativa, coherente con los objetivos y con el campo de las Ciencias de la Comunicación.

Reflexiones finales

El análisis desarrollado a lo largo de este artículo permite afirmar que la voz humana ocupa un lugar central en la configuración de los procesos comunicacionales, no solo como medio de transmisión de información, sino como expresión integral de la identidad, la presencia y la relación con el otro. Comprendida desde una perspectiva sistémica —fisiológica, comunicacional y axiológica—, la voz se constituye en un bien comunicacional de alto valor humano, cuya autenticidad ha sustentado históricamente la confianza social y la

legitimidad de los intercambios discursivos.

Sin embargo, el desarrollo acelerado de tecnologías basadas en inteligencia artificial ha introducido una transformación profunda en esta relación. La clonación de voz, los deepfakes de audio y el reconocimiento automático del habla evidencian un proceso de intervención tecnológica que disocia la voz del cuerpo y del sujeto que la produce, convirtiéndola en un objeto técnico replicable, analizable y manipulable. Esta disociación no solo altera las formas de producción y circulación de mensajes, sino que impacta directamente los valores que sostienen la comunicación humana, dando lugar a una crisis de credibilidad sonora que atraviesa tanto las interacciones interpersonales como los discursos públicos e institucionales.

Desde una perspectiva filosófica, el transhumanismo ofrece un marco interpretativo relevante para comprender estas transformaciones, al proponer la optimización y sustitución de capacidades humanas mediante la tecnología. No obstante,

el análisis realizado pone en evidencia que, aplicada al ámbito comunicacional, esta lógica entra en tensión con la dimensión ética y axiológica de la voz. La búsqueda de eficiencia y escalabilidad tecnológica corre el riesgo de reducir la voz a un conjunto de datos, despojándola de su carácter relacional y de su función como garante simbólico de autenticidad y responsabilidad comunicativa.

En este contexto, la encrucijada digital en la que se sitúa la voz humana no puede ser abordada únicamente desde criterios técnicos o normativos. Se requiere una reflexión ética profunda que reconozca la voz como una expresión irreductible de la dignidad y la identidad del sujeto. La automatización de la producción y la escucha vocal plantea desafíos que obligan a repensar los límites del desarrollo tecnológico, así como la necesidad de establecer principios orientados a una gestión responsable de la innovación, centrada en el respeto por lo humano.

Desde el campo de las Ciencias de la Comunicación, este trabajo propone comprender la problemática de la voz

en la era digital como un fenómeno complejo que exige un enfoque interdisciplinario, capaz de articular saberes provenientes de la vocología, la filosofía, la ética y la comunicación. La revisión documental y el análisis hermenéutico realizados permiten concluir que la preservación del valor axiológico de la voz constituye un desafío ineludible frente a las tendencias poshumanistas emergentes.

Finalmente, este artículo invita a abrir nuevas líneas de investigación orientadas a profundizar en los impactos sociales, culturales y éticos de las tecnologías vocales, así como en el diseño de marcos regulatorios y educativos que promuevan una relación más equilibrada entre tecnología y humanidad. Garantizar que el desarrollo técnico se articule con los valores fundamentales de la comunicación humana no es solo un desafío académico, sino una responsabilidad ética frente al futuro de la vida social en entornos digitales cada vez más complejos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bostrom, N. (2005). Historia del pensamiento transhumanista. *Journal of Evolution and Technology*, 14(1), 1–25.
chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclef-indmkaj/https://jetpress.org/volume14/bostrom.pdf
- Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820.
<https://doi.org/10.15779/Z38RV0D15J>
- Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. Sage.
- Couldry, N. (2012). *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Polity Press.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- de Ruitter, A. (2021). The distinct wrong of deepfakes. *Philos. Technol.* 34, 1311–1332.
<https://doi.org/10.1007/s13347-021-00459-2>
- Europol. (2023). *Facing reality? Law enforcement and the challenge of deepfakes*. Publications Office of the European Union.

<https://www.europol.europa.eu>

Fairclough, N. (2010). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
<https://www.felsemiotica.com/descargas/Fairclough-Norman-Critical-Discourse-Analysis.-The-Critical-Study-of-Language.pdf>

Franganillo, J. (2023). La inteligencia artificial generativa y su impacto en la creación de contenidos mediáticos. *methaodos.revista de ciencias sociales*, 11(2), m231102a10.
<http://dx.doi.org/10.17502/mrcs.v11i2.710>

Heidegger, M. (1994). *La pregunta por la técnica* (E. Barjau, Trad.). Alianza. (Trabajo original publicado en 1954).

Heidegger, M. (2006). *Ser y tiempo*. Disponible en:
https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/ser_y_tiempo-martin_heidegger.pdf.

Huxley, J. (1957). *New bottles for new wine*. Chatto & Windus.
<https://ia801705.us.archive.org/2/items/NewBottlesForNewWine/New-Bottles-For-New-Wine.pdf>

Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2023). *Speech and Language Processing* (3rd ed. draft). Stanford University.
 chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclef
 indmkaj/https://web.stanford.edu/~jurafsky/slp3/ed3bookaug20_2024.pdf

Luhmann, N. (2005). *Confianza*. Anthropos Editorial.

Poyatos, F. (2002). *Nonverbal communication across disciplines*. Vol. II: Paralanguage, kinesics, silence, personal and environmental interaction. John Benjamins.

Sukumar, M., Kodanda, P., Raga, S., & Lalitha, S. (2024). Speech and speaker recognition approaches: A survey. *International Journal of Electrical and Computer Engineering*, 14(1), 338–350. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclef
 indmkaj/<https://www.ijcrt.org/papers/IJ-CRT2410620.pdf>

Titze, I. R. (2000). *Principles of voice production*. National Center for Voice and Speech.

Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). *Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News*.

Social Media + Society, 6(1).
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/2056305120903408>

Van Leeuwen, T. (1999). *Speech, Music, Sound*. Houndmills y Londres: MacMillan. 231 págs.

Zhang B, Cui H, Nguyen V, Whitty M. (2025). Audio Deepfake Detection: What Has Been Achieved and What Lies Ahead. *Sensors* (Basel). 22;25(7):1989. doi:

10.3390/s25071989. PMID: 40218502; PMCID: PMC11991371. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclef indmkaj/<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11991371/pdf/sensors-25-01989.pdf>

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

AXIOLOGÍA DE LA IMAGEN: REVISIÓN DE LOS ENFOQUES SOBRE LA PRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA EN LOS ENTORNOS DIGITALES

AUTOR:

CONTRERAS, OMAR

Resumen

El presente artículo tiene como propósito realizar una revisión documental para determinar el valor que posee la imagen fotográfica en los entornos digitales. En este sentido, se destaca la importancia de hacer un sondeo exhaustivo de la literatura académica existente, para fundamentar la elaboración de una tesis doctoral en el campo de la Fotografía. Por ello, se resalta la necesidad de identificar tendencias emergentes, vacíos en la investigación, debates y áreas de oportunidad para contribuir al avance teórico y práctico en este ámbito de la comunicación visual. Para el desarrollo de esta investigación, se empleó la Investigación documental planteada por Arias (2012). Se realizó una búsqueda de la literatura académica incluyendo la producción científica en los últimos 9 años, con el apoyo de buscadores especializados con alta veracidad y confiabilidad. Aunado a esto, en lo que corresponde al análisis de los resultados y a la discusión, se empleó la interpretación y la reflexión respectivamente, como herramientas asociadas a la investigación cualitativa. Se asume que la axiología de la imagen y la intercepción entre comunicación, tecnología y sociedad se retroalimentan en los valores que guían los marcos éticos y sociales de la producción fotográfica en la era digital. En conclusión, la axiología, en el contexto de la fotografía, invita a reflexionar sobre qué aspectos son valorados en una imagen, qué emociones, ideas o principios se transmiten y cómo estos valores influyen en la percepción del mundo, específicamente, en los entornos digitales.

Palabras claves: Axiología, Imagen fotográfica, Fotografía.

Abstract

The purpose of this article is to conduct a literature review to determine the value of the photographic image in digital environments. In this regard, it highlights the importance of conducting a comprehensive survey of the existing academic literature to provide a foundation for the development of a doctoral dissertation in the field of photography. Therefore, the need to identify emerging trends, research gaps, debates, and areas of opportunity is emphasized to contribute to theoretical and practical advancement in this field of visual communication. To conduct this research, the documentary research methodology proposed by Arias (2012) was employed. A search of the academic literature was conducted, including scientific output from the past 9 years, with the support of specialized search engines known for their high accuracy and reliability. In addition, for the analysis of the results and the discussion, interpretation and reflection were employed, respectively, as tools associated with qualitative research. It is assumed that the axiology of the image and the intersection between communication, technology, and society feed into the values that guide the ethical and social frameworks of photographic production in the digital age. In conclusion, axiology, in the context of photography, invites reflection on what aspects are valued in an image, what emotions, ideas, or principles are conveyed, and how these values influence

Keywords: Axiology, Photographic image, Photography

INTRODUCCIÓN

El presente artículo surge ante la necesidad de comprender el papel y el valor de la imagen fotográfica en los entornos digitales, en un contexto donde la proliferación de plataformas tecnológicas ha transformado la forma en que estas imágenes son producidas, circuladas e interpretadas. A pesar del interés creciente en la comunicación visual, aún persisten vacíos en la investigación que exploran las dimensiones éticas, sociales y culturales que configuran la axiología de la imagen en la era digital. En este sentido, resulta fundamental realizar una revisión exhaustiva de la literatura académica para identificar tendencias emergentes, debates actuales y áreas de oportunidad que contribuyan al avance teórico y práctico en este campo.

En este caso, la Investigación documental permite explorar las múltiples perspectivas que existen sobre las competencias investigativas en relación con la fotografía digital, cuestionando supuestos arraigados y promoviendo la exploración de

nuevas aproximaciones. Desde un enfoque axiológico, la imagen fotográfica puede entenderse como un conjunto de valores, principios y juicios que guían su producción, circulación e interpretación en los entornos virtuales. Este enfoque revela cómo las decisiones estéticas, técnicas y comunicacionales están intrínsecamente vinculadas a aspectos relacionados con derechos fundamentales, identidades culturales y estructuras de poder.

Este análisis invita a plantear interrogantes sobre temas centrales como la veracidad, la dignidad, el consentimiento y la responsabilidad social en la gestión de datos visuales. Además, permite explorar cómo la ética algorítmica y las prácticas de publicación influyen en la construcción de relaciones sociales y en la configuración de las normas morales en el intercambio de contenidos en la esfera digital. La importancia de este abordaje radica en que no solo aporta un marco teórico para la comunidad académica, sino que también proporciona herramientas para comprender y enfrentar los desafíos éticos y

sociales que plantea la comunicación visual contemporánea en un mundo cada vez más digitalizado.

Una mirada axiológica, el mundo de los Valores y la Ética de Cortina

Para comenzar, es necesario caracterizar “la axiología o ciencia de los valores como un saber objetivo y suficiente para asentar sobre él no pocas disciplinas, entre ellas la ética”. (Palacios, 2001, p.14). De igual forma, la axiología se contempla como una división de la filosofía enfocada en el análisis de los valores (Scheler, 2001, p.145). Se considera entonces, que esta disciplina ayuda a precisar cómo se categorizan los valores, de dónde surgen y cuál es su papel en el día a día de las personas. Además, invita a pensar en las razones por las que se aprecian las cosas y cómo esas creencias afectan las decisiones, las acciones y la manera de entender el mundo circundante.

En tal sentido, (Scheler, 2001) apunta que “Todos los valores (incluso los valores 'bueno' y 'malo') son cualidades materiales que tienen una

determinada ordenación mutua en el sentido de 'alto' y 'bajo'; y esto acaece con independencia de la forma de ser en que se presenten” (p.60).

De lo dicho por el autor, se asume que la axiología es una parte fundamental de la ética y funciona como la base filosófica en general. El teórico también insiste en que los valores no se reducen a meras preferencias o gustos individuales. Su argumentación se basa en que estos valores tienen una existencia objetiva, es decir, no dependen de lo que cada persona opine o prefiera. (Scheler, 2001, p.152). En realidad, estos valores están incrustados en la estructura misma de la experiencia y pueden ser percibidos y reconocidos en la conciencia. Se visualizan como elementos del mundo que existen independientemente de las opiniones o deseos, esperando ser descubiertos y valorados por quienes los encuentren.

Conforme a lo descrito por el mencionado filósofo, los valores pueden clasificarse en diferentes categorías, formando una especie de escala que va desde las experiencias

sensoriales más inmediatas hasta los ideales espirituales o religiosos. De allí que, en la cima de esta jerarquía se encuentran los valores más elevados, como la verdad, la belleza, la bondad y la santidad, los cuales representan niveles superiores de realización espiritual y moral. (Scheler, 2001, p.150)

Desde una perspectiva interpretativa que considera el contexto, se propone que la estructura de valores humanos se organiza en un espectro que va desde las percepciones sensoriales básicas hasta las aspiraciones espirituales más elevadas. En este esquema, los valores superiores ocupan un lugar privilegiado, ya que actúan como principios rectores que orientan la conducta moral y la búsqueda de trascendencia. Se plantea que estos valores no son simplemente gustos o preferencias, sino que constituyen elementos esenciales que configuran la comprensión del mundo y la experiencia humana en su totalidad, influyendo profundamente en las decisiones, acciones y en la forma en que los individuos se relacionan con su entorno y su propia existencia.

Su aporte ayuda a entender por qué ciertas valoraciones, por ejemplo, integridad, claridad, responsabilidad, guían decisiones y hábitos en la producción y circulación de imágenes. En especial para la axiología de la imagen en entornos digitales, la noción de valores superiores como verdad, belleza, bondad y santidad podría requerir matices: verdad en la veracidad informativa, belleza en la experiencia visual estética, bondad en el respeto a derechos y dignidad, y santidad en consideraciones de significado trascendente o espiritualidad, según el marco conceptual que se adopte.

Por otro lado, “los valores no son por consiguiente, ni cosas, ni vivencias, ni esencias; son valores”. (Frondizi, 2007, p.15). De lo que refiere el citado autor, se aprecia que los valores son las normas internas que guían lo que se considera correcto o importante en la vida. En este orden de ideas, los valores son fundamentales porque ayudan a entender por qué las personas actúan de cierta manera y cómo se organiza la sociedad. Se cree además, que los valores sirven como un mapa que

indica qué decisiones tomar y qué acciones realizar, ya que reflejan lo que cada uno, o una comunidad, considera esencial y valioso.

De igual forma, la axiología no se limita a ser una simple rama filosófica, sino que abarca un ámbito amplio y multidisciplinario que incluye dimensiones éticas, estéticas, religiosas y culturales. (Frondizi, 2007, p.6). Igualmente, los valores poseen tanto una naturaleza objetiva como subjetiva, lo que implica que su análisis requiere una comprensión profunda de la manera en que las personas perciben, experimentan y asignan importancia a distintas facetas de su entorno. (Frondizi, 2007, p.34).

Conforme a la visión que se tiene sobre la postura de este autor, es necesario precisar que los valores se revelan como normas internas que orientan la vida de las personas y guían el entramado de las sociedades. No es que sean simples gustos, sino que se perciben como brújulas que señalan lo que se considera correcto, importante o valioso en cada contexto. Desde luego, en esa función orientadora, los

valores cumplen una doble misión: explican por qué las personas actúan de una u otra manera y, al mismo tiempo, organizan sus entornos, estableciendo vínculos, límites y prioridades compartidas. Son, a la vez, palabras y acciones, declaraciones de lo que se considera esencial y, al mismo tiempo, ejercicios concretos de convivencia: decisiones, hábitos, rituales, leyes y políticas que nacen de lo que otros reconocen como significativo.

La tensión entre lo objetivo y lo subjetivo en los valores invita a una reflexión: hay aquello que se percibe como compartido, que parece resonar a través de tradiciones y entramados sociales, y hay aquello que se establece en la conciencia individual, con su fragilidad y apertura a la crítica. Reconocer ambos lados invita a practicar una ética de la escucha, cuestionar las certezas, entender las razones de otros, aceptar que lo valioso se negocia, se revisa y se transforma con el tiempo. En ese sentido, la axiología se convierte no en un dogma, sino en un modo de vivir atento, capaz de trazar rutas hacia una convivencia que aspire a

ser más consciente, más plural y más humana.

Por su parte, Cortina (1986) asume que la ética se ocupa de estudiar los valores y principios que guían las acciones y las decisiones. (p.33). Asimismo, sobre la ética, afirma que “no es su objetivo introducir nuevos contenidos morales, sino proporcionar aquel procedimiento lógico que permita discernir cuándo un contenido conviene a la forma moral”. (Cortina, 1986, p.33).

En este contexto, la autora asume el rol fundamental en la aplicación práctica desde sus dimensiones ética y moral, ya que ayuda a entender cómo se valoran los diferentes aspectos de la vida y qué principios se consideran importantes para actuar correctamente. Conforme a su concepción, la axiología no solo analiza qué son los valores y cómo se clasifican, sino también cómo estos influyen en la toma de decisiones, orientando a los seres sociales en la manera en que eligen actuar en diferentes situaciones.

De tal manera que, el aporte interpretativo de lo que apunta Cortina (1986) sugiere que la

axiología se concentra en estudiar los valores y principios que guían las acciones y las decisiones de la gente. Se puede asumir que la axiología tiene un papel determinante en la práctica diaria, especialmente en las dimensiones ética y moral, porque ayuda a entender qué aspectos de la vida son valorados y qué principios se consideran importantes para actuar correctamente. En una visión particular, la axiología no se limita a definir qué son los valores o a clasificarlos de una manera o de otra, sino también a explicar cómo influyen en la toma de decisiones y en la forma en que las personas se comportan en las distintas situaciones de la vida. Entonces, los valores no solo describen la conducta humana, sino que la orientan en la práctica diaria de la vida, porque la vida se practica a diario.

Fotografía, imagen y perspectiva digital

La imagen fotográfica es mucho más que una simple representación visual de la realidad, “no muestra tan solo algo que ha sido, sino que también y

ante todo demuestra que ha sido". (Barthes, 1980, p.22). En consecuencia, la fotografía funciona como un medio que está impregnado de subjetividad y memoria. Así, se concibe entonces como una ventana que permite conservar para siempre un momento, una sensación o una historia, "la fotografía es la momificación del referente. El referente se encuentra ahí, pero en un tiempo que no le es propio": (Barthes, 1980, p.23). A partir de estas afirmaciones, el citado filósofo introduce dos conceptos clave para entender cómo impactan las fotografías: el studium y el punctum. Desde esta perspectiva el studium funciona como una clave de lectura compartida: apunta hacia la cultura, la historia y el significado general que se puede reconocer en la imagen (Barthes, 1980, p.58). Entonces, el studium es esa parte de la foto de la que el autor marca una diferencia entre el estudio de la denotación y la connotación en una imagen. La denotación es lo que la fotografía muestra de forma literal y objetiva: la escena, los objetos, las personas, etc. Es decir, la realidad que la

fácil comprensión. Es como cuando se observa una imagen y se reconoce el lugar, la cultura o la historia que representa. Es el interés general, la curiosidad que despierta por su contexto, su belleza o su significado cultural.

Por su parte, el punctum, es el que rompe la norma: asigna ese detalle que, aunque pequeño o incidental, tiene una inyección afectiva y personal que trastoca la interpretación. (Barthes, 1980, p.59). Se infiere que el punctum es mucho más personal y emocional. Es esa pequeña cosa en la foto que toca la fibra a profundidad, sin que necesariamente tenga que ver con el contexto. Es un detalle que llama la atención de manera inesperada, que conmueve y que produce un sentimiento particular.

De igual forma, este mismo autor marca una diferencia entre la imagen que captura y la que interpreta. (Barthes, 1995, p.5). Por otro lado, la connotación se refiere a los significados culturales, emocionales y subjetivos que la imagen puede despertar, como valores, ideas o sentimientos asociados. (Barthes, 1995, p.8). Lo

descrito aquí, revela que la fotografía es un acto de lectura del mundo y del mismo ser, no simplemente como una captura pasiva de la realidad.

De este modo, la fotografía deja de ser un registro estático cuando se entiende que quien la mira no es un sujeto neutral. Mientras que el *studium* permite descifrar los códigos sociales de la imagen, es el *punctum* el que realmente sacude los sentidos; ese rincón inesperado en la foto que atraviesa el espíritu y vincula lo visual con el mapa de las propias vivencias humanas.

Se puede afirmar que, sobre la distinción entre denotación y connotación, y entre *studium* y *punctum*, toda lectura de una fotografía implica una negociación entre la evidencia y la afectividad, entre lo que la imagen afirma y lo que el espectador trae consigo. Además, la memoria y la subjetividad del observador no son estructuras extrañas, sino que son componentes constitutivos de sentido: la misma foto puede significar cosas distintas para personas distintas, según sus experiencias y deseos. Por ello, la interpretación se convierte en un acto

de interpretación de interpretaciones: cada imagen lleva su historia, y cada lector añade la suya, en un proceso de diálogo entre la representación visual y la vida que la mira.

Por otro lado, Dubois (1986) invita a reflexionar sobre lo que significa realmente tomar una fotografía, y no solo ver este hecho desde un punto de vista técnico. Para él, la fotografía no es simplemente apretar un botón o grabar un instante de la realidad, sino que es un proceso activo y creativo en el que el fotógrafo pone mucho de sí mismo. (Dubois, 1986, p.7). Se comprende entonces, que cuando se registra una imagen fotográfica, se está interpretando y eligiendo cómo se quiere mostrar el mundo, proyectando los sentimientos y la sensibilidad en esa imagen.

En este orden de ideas, el teórico destaca que hay momentos clave, esos instantes decisivos, en los que la intención del fotógrafo cobra especial importancia para darle significado a lo que se ha capturado. Se considera entonces, que la fotografía es una forma de comunicación visual que combina habilidades técnicas con percepción y

sensibilidad estética, y que, en el fondo, es un proceso muy complejo que trasciende a la idea de hacer una simple foto. De allí que “La fotografía, por su génesis automática, manifiesta irreductiblemente la existencia del referente pero esto no implica a priori que se le parezca. El peso de lo real que la caracteriza proviene de su naturaleza”. (Dubois, 1986, p.31)

Ante lo anteriormente descrito sobre el fundamento que expresa este autor, se evidencia que la fotografía concibe una especie de negociación entre realidad y deseo. Por ello, el significado de cada imagen emerge del encuentro entre lo visto y lo interpretado por quien observa. El momento fotografiado no es un único instante; es un archivo de posibles lecturas y recuerdos. De hecho, la foto captura trazos de tiempo que permanecen, pero su sentido se construye en la mirada y en la memoria del espectador. Ahora, la imagen no dice todo; insinúa, sugiere y convoca asociaciones culturales y personales. Por eso el valor de una foto reside en su capacidad de generar interpretaciones lejanas o cercanas al contexto del observador.

Por otro lado, Benjamin (2005) analiza la fotografía desde un enfoque filosófico y cultural, resaltando su naturaleza única dentro del mundo del arte y su vínculo con los avances en reproducción técnica. La fotografía representa una modalidad de reproducción técnica que modifica la manera en que se percibe y se experimentan las imágenes, facilitando una accesibilidad y una difusión en masa que superan las posibilidades de otras expresiones artísticas. (Benjamin, 2005, p.79).

Es posible afirmar, que la fotografía tiene una característica distinta a la que poseen otras obras de arte tradicionales, como son la pintura o la escultura. Esto se debe a su capacidad de reproducción y difusión instantánea. El aura, se refiere a la autenticidad, el contexto y la historia única que rodea a una obra original, elementos que se pierden cuando la imagen se reproduce en masa mediante fotografías. (Benjamin, 2005, p.75).

Por consiguiente, este filósofo reflexiona en cómo la fotografía ha logrado abrir el acceso a la visión,

haciendo posible que un público amplio vea imágenes y momentos que previamente estaban reservados para las clases privilegiadas o que simplemente eran difíciles de alcanzar. Sin embargo, el citado autor advierte que esta difusión masiva puede disminuir la sensación de exclusividad y la presencia tangible de la obra, lo que en última instancia transforma la manera en la que nos relacionamos con las imágenes y entendemos su significado.

Evidentemente, la idea de Benjamin (2005) se concentra en el aura como estructura filosófica que funciona como la singularidad ceremonial y la autoridad histórica que rodean una obra de arte. “¿Pero qué es propiamente el aura? Una trama muy particular de espacio y tiempo: irreplicable aparición de una lejanía, por cerca que esta pueda estar”. (Benjamin, 2005, p.75). Ahora bien, en la fotografía, la reproducción técnica rompe esa particularidad al convertir la pieza en una copia sin fin, desorientando la experiencia de lo auténtico. El aura depende de la honestidad de su origen, de la carga ritual que la sostiene y de la

legitimación cultural que la acompaña.

La deducción que surge en consecuencia, es que la cámara fotográfica, al facilitar copias repetibles, limita esa especie de sacralidad y sitúa a la imagen en un circuito de fácil difusión, lo que, a su vez, abre paso a una democratización del acceso. Así, la experiencia estética se desplaza de una contemplación cargada de ritualidad hacia una función más crítica y contextual. Aun cuando el aura parece diluirse, persiste en la experiencia subjetiva, en la memoria y en la mirada. En definitiva, la fotografía tensiona lo único y lo reproducible, lo ceremonial y lo técnico, reconfigurando la autoridad y el sentido de la imagen como fenómeno cultural.

En este contexto, y a través de lo que se ha explicado previamente desde lo teórico-conceptual, sobre la Axiología y la Fotografía, se considera importante hacer una revisión documental de los enfoques existentes sobre la axiología de la imagen fotográfica, sobre todo para la construcción de la misma en el

contexto digital, el cual abarca buena parte del ecosistema informativo visual en la actualidad.

MÉTODO

Para el desarrollo de esta investigación, se empleó la Investigación documental planteada por Arias (2012), la cual se considera como “un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas”. (p.27). En este caso, el análisis documental de los discursos fotográficos digitales establece que su contenido semántico está supeditado al contexto histórico y cultural de su producción. Más allá de la descripción formal de la imagen virtual, la investigación documental se orienta a enfocarse en el análisis de fuentes, la sistematización de datos y la evidencia ofrecen los registros. Bajo esta perspectiva, el método se inició con una búsqueda de la literatura académica incluyendo la

producción científica en los últimos 9 años, con el apoyo de buscadores académicos con alta veracidad y confiabilidad como son Google Académico, Redalyc, SciELO, Librería latinoamericana CLACSO y Revista Científica de Cine y Fotografía (FOTOCINEMA).

El procedimiento metodológico se orientó en la indagación, compilación, análisis e interpretación de la producción científica, siguiendo la lógica de las categorías Axiología, Axiología de la imagen, Imagen Fotográfica y Fotografía en los entornos digitales, las cuales son consideradas esenciales para esta revisión documental. Del mismo modo, se precisaron los motores de búsqueda entre los años 2017 y 2025, siendo este el período en donde se está desarrollando, desde un criterio general, la investigación relacionada con la fotografía.

En el caso particular de Google Académico, fueron seleccionados artículos de revisión, los cuales permitieron conocer de una manera amplia los trabajos previamente publicados sobre la imagen fotográfica, para identificar tendencias

y vacíos en las investigaciones. Debe decirse además, que todos los artículos revisados para esta investigación, fueron filtrados y ubicados en el idioma español, y asociados a las Ciencias de la Comunicación.

De este modo, se decidió realizar un arqueo bibliográfico, en el cual se inició ubicando la categoría Axiología, luego Axiología de la imagen y por último Imagen fotográfica. A su vez, se diseñaron dos cuadros, uno para organizar los resultados de la búsqueda en general y otro para incorporar uno o dos artículos por año, los cuales guardan relación estrecha con la investigación en curso. En el primer cuadro, se incorporaron los sitios web y revistas que fueron revisadas y en donde se cuantifican los datos por literatura académica y en su totalidad. Y en el segundo cuadro se colocaron los autores, el año de la publicación, el nombre del artículo, el objetivo y las conclusiones. Esto se organizó de tal manera, que se pudiera facilitar el registro documental de la

información, de acuerdo con lo planteado por Arias (2012). De igual forma, en el presente artículo se asume el modelo IMRyD: Introducción, Métodos, Resultados y Discusión, para la estructura del mismo.

RESULTADOS

Para analizar los resultados, se valoró primeramente la producción científica incluida en las revistas antes mencionadas y se incorporaron en un cuadro denominado “Sitios y revistas Científicas revisadas” y luego se incorporó otro cuadro denominado “Producción científica relacionada durante 9 años”, para organizar los hallazgos por autor, año, título, objetivo y conclusiones, los cuales guardan relación estrecha con la investigación en curso. Posteriormente se interpretaron los resultados.

Cuadro 1. Matriz: Sitios y Revistas Científicas revisadas

Revista / Sitio	Tipo de búsqueda	Axiología	Axiología de la imagen	Imagen fotográfica	Fotografía desde los entornos digitales	Total
Google Académico	Artículos de revisión	79	36	1280	1.470	2865
Redalyc	Artículos científicos	0	1056	1151	1151	3358
SciELO	Artículos científicos	2	0	9	1	12
CLACSO	Artículos científicos	0	0	0	1	1
Revista Científica de Cine y Fotografía	Artículos científicos	0	0	89	12	101

Cuadro 2. Matriz: Producción científica relacionada durante 9 años

Autor	Año	Título	Objetivo	Conclusiones
Javier Barraca Mairal	2017	La imagen como fuente de reflexión y compromiso ético.	El texto plantea la cuestión del valor de la imagen, creada por el ser humano, para la reflexión moral y la Frente a visiones recelosas con las imágenes, que desconfían de sus efectos éticos, en este trabajo se combaten esta clase de tópicos.	La imagen puede transformarse en puente para un “diálogo” fecundo, en puerta para la reflexión no sólo individual sino compartida, en una ventana colectiva hacia el crecimiento común en los valores y, así, para nuestro compromiso comunitario, y no ya sólo personal.
Marvin David Meza	2018	El recurso de información y comunicación	El sobresaliente empleo de la imagen en la sociedad moderna	Se debe de considerar que las imágenes, en sí mismas, poseen una

Castro		visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología.	conlleve reflexionar, profundizar y analizar el papel que la imagen está jugando para comunicar y para manifestar información, considerando que las Ciencias de la Información son las encargadas de entender, atender y fortificar los hábitos de consumo de información de las personas y la sociedad.	serie de atributos innatos en su conformación morfológica, en sus relaciones con contextos, y sus particularidades como imagen única, tal es el caso de las fotografías, lo cual dificulta sumamente la conformación de un modelo estructurado y metodológico de procesamiento técnico y de análisis de contenido de la imagen.
Diego Lizarazo	2018	La fotografía como existencia: Apropiación y reinterpretación Fotográfica.	El propósito en este trabajo es abrir una ruta de comprensión de las relaciones entre el lenguaje y el tiempo que se dan como principio constitutivo de la fotografía. Un lenguaje que encuentra los recursos técnicos para dar cuenta del tiempo, de un tiempo múltiple, complejo.	La fotografía es un arte y una técnica del tiempo dada en su capacidad de hacer semiosis de las condiciones de un acto en el espacio que se ha fugado. Esta acción fotográfica de una acción acaecida, ha sido planteada aquí como apropiación constitutiva del tiempo existencia por el tiempo fotográfico.
Leticia Rigat	2019	De lo fotográfico a la fotografía digital contemporánea: la imagen en el intercambio discursivo.	Reflexionar sobre los cambios en los modos de producción, circulación y recepción de la fotografía, a partir del surgimiento de las tecnologías digitales y los nuevos medios de comunicación con base en Internet.	La fotografía no ha muerto, por el contrario, se ha expandido y a partir de ello surgen formas comunicacionales que transforman las prácticas y con ello, la idea y los modos de representación.

Beatriz Múnera Barbosa	2020	Fotografía y comunicación: un espejo, una imagen, un ojo.	La reflexión alrededor de la fotografía en la docencia y su lugar en medio del confinamiento por la pandemia surge como una preocupación frente a su papel para la gestión de la vida personal y social, y sobre cómo va a significar los hechos.	La imagen sigue ocupando un lugar destacado en la vida de todas las personas. Funge como testigo, evidencia, recuerdo y memoria. Paradójicamente, en la caverna de Platón, en la que seguimos inmersos, vemos sin ver, consumimos sin entender.
Darío Gabriel Sánchez García	2021	Ética y deontología fotográfica: Códigos para la escritura científica de discursos visuales en entornos digitales.	Se orienta hacia a la reflexión en torno a la némesis de una sociedad 2.0 cada vez más expuesta, un ítem a tener en consideración y de igual relevancia cuando la intención fuese construir relatos visuales como herramienta para el levantamiento y/o divulgación de conocimiento científico, documental, antropológico y social: la deontología y la ética en la praxis fotográfica.	Las conclusiones de este estudio ofrecen algunas pautas para la correcta escritura de discursos visuales científicos, atendiendo a un proceder claro, ético y gremialmente aceptado
Kirenia Rodríguez Puerto	2022	Fotografía y decolonialidad: marginalidad y resistencia cultural en el Caribe contemporáneo.	El ensayo analiza el papel de la fotografía en el Caribe como un ejercicio de pensamiento decolonial y emancipatorio, especialmente desde las lógicas contemporáneas de la fotografía artística. Sus formulaciones críticas se complementan con la	La reflexión crítica desde el arte en torno a la cultura caribeña, el papel de la imagen, especialmente la fotográfica en sus múltiples derroteros y la movilización de un pensamiento emancipatorio y descolonizador condiciona miradas

			conceptos estéticos y conceptuales del arte posmoderno para construir discursos problematizadores que revelan las zonas de marginalidad, exclusiones y desigualdades sociales y culturales.	agudas que colocan a la colonialidad y sus huellas, en el centro de las reformulaciones críticas y las representaciones visuales.
Óscar Colorado Nates	2023	Fotografía vernácula: hacia una definición sintética y elemental.	Su propósito es responder, a través de una indagación biblio y hemerográfica, la pregunta por cómo ofrecer una definición sintética y elemental de fotografía vernácula, que incluya los elementos comunes presentados en conceptos emanados de autores especializados, galerías y museos interesados por este género iconográfico.	La fotografía vernácula es el vasto conjunto de fotos instantáneas, realizadas por autores anónimos o amateur sin intención artística, que puede incluir elementos domésticos o familiares.
Diego Lizarazo Arias	2024	Captura de la mirada en el capitalismo cibernético.	En este artículo se propone una perspectiva reflexiva, analítica y crítica de la condición de la mirada en el horizonte tecnológico digital que el capitalismo de nuestro tiempo produce.	El metaverso permitirá un despliegue transversal de la estructura tecnológica de recursividad negativa de la imagen de sí, con ella, la captura del sujeto alcanza su totalización: una especie de capullo abortido en un magma virtual que lo re dispone para entregarse a un sistema de usufructo y capitalización pleno y

				permanente. Todo esto es cuestión estética, cuestión de una estética política en su forma más radical, porque lo que está en juego es la captura de la mirada-en-cuerpo como experiencia sensible.
Leticia Rigat, Mariana Patricia Busso y Jacob Bañuelos Capistrán	2024	Imágenes y mediatizaciones: Cultura visual, medios y digitalización.	La problemática de la relación entre imágenes y mediatización es un campo de investigación que ha ido tomando relevancia en las últimas décadas a partir del avance de la digitalización y de la omnipresencia de Internet, con los cambios que esto produce en las comunicaciones y en la circulación del sentido, así como en los vínculos interpersonales y colectivos, los medios masivos y demás instituciones de la sociedad.	Las imágenes se han convertido en una parte imprescindible en las comunicaciones cotidianas, y aún más, se han transformado en una parte constituyente de nuestras experiencias vitales y de las formas de socialización.

De los datos antes expuestos en el Cuadro 1, debe precisarse lo siguiente:

1.- Sobre las categorías Axiología y Axiología de la imagen, se encontraron pocos artículos

científicos relacionados en Google Académico, mientras que en las categorías Imagen fotográfica y Fotografía desde los entornos digitales, los hallazgos fueron considerablemente numerosos.

2.- En el portal Redalyc, no se encontró ningún artículo relacionado

con la Axiología, pero en cuanto a la Axiología de la imagen, se encontró una cantidad considerable. Sobre las categorías Imagen fotográfica y Fotografía desde los entornos digitales, el hallazgo fue numeroso.

3.- En la Revista SciELO, la categoría Axiología tuvo dos resultados, mientras que Axiología de la imagen no se encontró ningún resultado. Sobre las categorías Imagen fotográfica y Fotografía desde los entornos digitales, se encontraron pocos resultados.

4.- En la Librería latinoamericana y caribeña de las ciencias sociales (CLACSO), las categorías Axiología, Axiología de la imagen e Imagen fotográfica, no se aprecia ningún hallazgo, mientras que sobre Fotografía desde los entornos digitales, se encontró un solo artículo.

5.- En la revista especializada Fotocinema, no se encontró ningún artículo relacionado con las categorías Axiología y Axiología de la imagen, mientras que en Imagen fotográfica y Fotografía desde los entornos digitales, si se encontraron artículos relacionados.

En cuanto al Cuadro 2, hay que referir lo siguiente:

1.- El artículo La imagen como fuente de reflexión y compromiso ético, brinda un aporte significativo en este sentido, ya que explica como las imágenes fotográficas registradas por el ser humano poseen un valor no solamente visual, sino que trasciende hacia la posibilidad de crear lazos que unen a los sujetos sociales que interactúan en un espacio geográfico determinado, especialmente en los entornos digitales. La ética en la producción de la fotografía digital es el centro de atención en este sentido.

2.- El artículo El recurso de información y comunicación visual: imagen. Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología, tiene un gran significado valorativo. Aquí se desarrolla un hilo de pensamiento que deja ver cómo la imagen fotográfica juega un papel determinante en los procesos de la comunicación visual, sobre todo en su función como mediadora de los procesos sociales. La fotografía se constituye como elemento

fundamental de la sociedad en los procesos de comunicación visual

3.- En el artículo La fotografía como existencia: Apropiación y reinterpretación Fotográfica, se explica cómo la imagen fotográfica conforma una relación entre el lenguaje y el tiempo; una relación de gran valía que se va orientando hacia la documentación fotográfica desde la virtualidad, y a su interpretación más allá de los límites temporales y espaciales. Acá se hace una definición de la relación imagen-tiempo, la cual enriquece de manera determinante los procesos de investigación en el área de axiología fotográfica. La importancia de este texto académico se enfoca en reinterpretar el hecho fotográfico, de la imagen física a la imagen digital, y crear una nueva relación comunicativa entre los sujetos que observan y la fotografía observada.

4.- En el artículo De lo fotográfico a la fotografía digital contemporánea: la imagen en el intercambio discursivo, se presenta el cuestionamiento sobre los cambios en el modo de producción de la imagen. Es decir, se plantea el paso trascendental entre la

imagen plasmada en papel y la fotografía digital. Sin embargo, más allá del cambio en la forma o modo de producción, la imagen fotográfica se reviste de valores adicionales en los entornos digitales. El proceso para valorar la imagen digital no es el mismo que ocurre con la imagen plasmada en papel. La diferencia radica en el medio que la transmite y en la ética de quien la comparte.

5.- El artículo Fotografía y comunicación: un espejo, una imagen, un ojo, valora la imagen en los momentos más álgidos de la humanidad. Y es que, desde los espacios académicos, la fotografía cumplió un papel determinante durante la pandemia del COVID-19 en los entorno virtuales; pero no solamente sirvió para mantener informada a la sociedad en ese momento aciago, sino que también ha logrado significar la vida y recordar los momentos históricos, por muy trágicos que sean. La pandemia sacó lo mejor y lo peor de la humanidad, y la imagen fotográfica digital acompañó, para bien o para mal, a las personas durante su confinamiento.

6.- Sobre el artículo Ética y deontología fotográfica: Códigos para la escritura científica de discursos visuales en entornos digitales, se plantea que la fotografía no es enemiga de la sociedad red, sino que, al contrario, posee un gran valor en la construcción de narrativas visuales que faciliten los procesos de producción científica en el área de las ciencias sociales. La deontología y la ética en la praxis fotográfica son determinantes para que los discursos visuales científicos alcancen la credibilidad y la veracidad. La fotografía digital tiene como atributo su capacidad de comunicar y la comunidad científica se ha venido apropiando eventualmente de esa propiedad para informar de manera rigurosa sus producciones académicas.

7.- En el artículo Fotografía y decolonialidad: marginalidad y resistencia cultural en el Caribe contemporáneo, se le asigna un considerable valor social y documental a la fotografía. Acá, se considera que la imagen fotográfica es una especie de producción visual que sirve como instrumento para el

pensamiento decolonial y emancipatorio. En este sentido, la construcción de las representaciones visuales poseen un valor estético y artístico, que permiten construir narrativas liberadoras y emancipadoras, aun desde la virtualidad. La perspectiva decolonial y liberadora asume a la fotografía como herramienta de lucha; es concebida como una estructura de la sociedad para significar el pasado y reflexionar sobre el futuro.

8.- El artículo Fotografía vernácula: hacia una definición sintética y elemental, detalla la forma en que las imágenes poseen un rigor especial, dependiendo de los fotógrafos que las registraron y de los lugares fotografiados. Acá se explica cómo los registros fotográficos hechos por aficionados poseen un gran valor desde los espacios locales. Aunque los elementos comunes de las imágenes vernáculas no poseen un valor estético a nivel profesional, si guardan un valor sentimental para los contextos domésticos y familiares. La Fotografía vernácula, como aquí se define, también tiene su espacio reservado en los entornos virtuales,

ya que estas pueden representar la realidad de los espacios geográficos en las plataformas digitales.

9.- En el artículo Captura de la mirada en el capitalismo cibernético, el elemento valorativo de la fotografía se orienta en la lucha contra la perversión de la imagen en un sistema depredador como es el capitalismo. Entonces, el valor de la imagen pasa a convertirse en un elemento de lucha y resistencia ante los recursos del capitalismo, en el contexto de la transformación digital y tecnológica. Acá se hace una reflexión profunda sobre las estructuras que permiten capturar la mirada hacia la dominación simbólica del modelo capitalista. El capitalismo, como modelo económico, se ha valido de la imagen fotográfica para representar sus atributos y para proyectar su avance en la sociedad. Sin embargo, se genera la tensión, cuando se comprende que la misma fotografía es empleada para exponer sus falencias y contradicciones.

10.- En el artículo Imágenes y mediatizaciones: Cultura visual, medios y digitalización, se detalla el valor de la imagen fotográfica en las

comunicaciones cotidianas y en la forma en que se socializa actualmente. De igual manera, se valora la forma en que la imagen fotográfica ha transformado las relaciones interpersonales de los sujetos sociales y su interacción en la web, sobre todo quienes han pasado a constituir parte de la sociedad red. La fotografía es capaz de influir en las relaciones personales. Las redes sociales se han convertido en los espacios para conocer y para conocerse, para ver y para verse; compartir textos con fotos se ha convertido en una práctica habitual de los seres sociales.

DISCUSIÓN

El análisis de la axiología de la imagen fotográfica en los entornos digitales revela una dimensión que trasciende la técnica y entra en el campo de los valores, las interpretaciones y las implicaciones éticas. La imagen, en su esencia, no solo funciona como un medio de reproducción de la realidad, sino que también actúa como un vehículo cargado de significados que pueden

variar según el contexto, la intención y la percepción del espectador. La fotografía posee una capacidad intrínseca para contar historias, evocar emociones y transmitir mensajes que muchas veces superan las palabras, convirtiéndose en un puente entre el mundo visible y la subjetividad del observador. En este sentido, la ética que envuelve su creación y consumo cobra relevancia, pues cada imagen puede influir, manipular o reafirmar ciertos valores sociales y culturales, lo que obliga a una reflexión sobre la responsabilidad del fotógrafo y del espectador.

Desde una perspectiva documental, la revisión de cómo estos valores se trasladan y se transforman en los espacios digitales se vuelve imprescindible. Los medios digitales han democratizado el acceso y la circulación de las imágenes, generando un escenario donde los niveles de significado se entrelazan y se difuminan. En plataformas como redes sociales, el nivel denotativo, que se refiere a la interpretación literal y objetiva, convive con el nivel connotativo, que atribuye significados subjetivos, simbólicos o culturales. La

interacción en estos espacios fomenta una multiplicidad de lecturas, enriqueciendo la comunicación, pero también abriendo la posibilidad a malentendidos o incluso a la manipulación deliberada. La rapidez con que las imágenes se comparten y se vuelven virales desafía las nociones tradicionales de originalidad y autenticidad, haciendo que los valores asociados a ellas se vuelvan más fluidos y sometidos a la interpretación social.

Por otro lado, la estética en el ámbito digital trasciende la simple belleza formal para incorporar dimensiones como la funcionalidad, la pertinencia y la capacidad de generar impacto. La estética digital se convierte en un recurso estratégico que no solo busca captar la atención, sino también facilitar la transmisión de mensajes profundos y promover la interacción, creando vínculos que superan lo superficial. En este contexto, la imagen deja de ser solo un objeto visual para convertirse en un elemento que construye relaciones y valores en la esfera social.

Al contrastar estos aspectos con las dinámicas actuales, donde las

imágenes se multiplican sin cesar, se plantea un escenario en el que los valores tradicionales se ven desafiados. La reproducción infinita y sin pérdida de calidad cuestiona la noción de obra única y original, valores que durante mucho tiempo sostuvieron la evaluación artística y fotográfica. La credibilidad, la procedencia y el contexto se vuelven elementos centrales en la valoración de las imágenes digitales, ya que la facilidad de replicación y distribución puede erosionar la percepción de autenticidad y significado. La comprensión de la axiología en la era digital requiere, por tanto, un proceso de reconfiguración de los valores tradicionales, donde la interacción social y la percepción comunitaria juegan un papel fundamental en la construcción y consolidación de los valores que atribuimos a las imágenes.

En definitiva, no basta con entender la imagen como un simple reflejo visual; su análisis debe incluir una mirada ética, cultural y social que reconozca su papel en la configuración de la percepción y los valores contemporáneos. La imagen

digital, con su capacidad de multiplicación y circulación, demanda una reflexión constante sobre qué valor le otorgamos y cómo ese valor puede influir en la construcción de la realidad social. La axiología de la imagen fotográfica, en esta era, no solo implica valorar la técnica o la estética, sino también comprender su potencial como medio de comunicación, herramienta de impacto y agente de cambio en un mundo cada vez más visual y mediado por la tecnología.

CONCLUSIÓN

Al abordar la axiología de la imagen fotográfica, es necesario comprender que existe una dimensión que va más allá de su mera representación visual, y que se orienta en los valores, significados y funciones que esta puede tener en la vida de las personas y en la construcción de la realidad. La axiología, en este contexto, invita a reflexionar sobre qué aspectos son valorados en una imagen, qué emociones, ideas o principios se transmiten y cómo estos valores

influyen en la percepción del mundo, específicamente, en los entornos digitales. Así, se cree que este artículo ofrece una visión alternativa y un humilde aporte al campo investigativo de las ciencias de la comunicación, para enriquecer el debate sobre la axiología de la imagen fotográfica en los entornos digitales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, F. G. (2012). El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica (6ª ed.). Editorial Episteme.

Barthes, R. (1980). La cámara lúcida: Nota sobre la fotografía. Paidós.

Barthes, R. (1995). Retórica de la imagen. Recuperado de <https://theoryofimage.wordpress.com/wp-content/uploads/2010/01/retorica-de-la-imagen-r-barthes-19641.pdf> [Consultado: 2025, diciembre 15].

Barraca Mairal, J. (2017). La imagen como fuente de reflexión y compromiso ético. Comunicación y Hombre, (14), 145-158. [https://www.redalyc.org/pdf/1294/Res](https://www.redalyc.org/pdf/1294/Resumen/Resumen_129453532009_1.pdf)

[umenes/Resumen_129453532009_1.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/129453532009_1.pdf) [Consultado: 2026, marzo 14].

Benjamin, W. (2005). Pequeña historia de la fotografía. En Sobre la Fotografía (Comp.) pag. 21-55. Editorial Pre-textos. España.

Colorado Nates, Ó. (2023). Fotografía vernácula: hacia una definición sintética y elemental. Intersticios Sociales, (25), 329-354. <https://www.redalyc.org/journal/649/64977451006/html/> [Consultado: 2026, marzo 14].

Cortina, A. (1986). Ética mínima. Taller Sur Zaragoza. https://tallersurzaragoza.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/11/cortina_adela-etica_minima.pdf [Consultado: 2025, diciembre 15].

Dubois, P. (1986). El acto fotográfico. Paidós

Fronidizi R. (2007)). Introducción a la axiología. Impreso en México. <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24812w/Quesonlosvalores.pdf> [Consultado: 2025, diciembre 15].

Lizarazo Arias, D. (2018). La fotografía como existencia: Apropiación y reinterpretación fotográfica. *Andamios*, 15(37), 11-38. <https://www.redalyc.org/journal/60/606065854009/> [Consultado: 2026, marzo 14].

Lizarazo Arias, D. (2024). Captura de la mirada en el capitalismo cibernético. *Comunicación y Sociedad*, (21), 1-28. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1688-86262024000201207&lng=es&nrm=iso [Consultado: 2026, marzo 14].

Meza Castro, M. D. (2018). El recurso de información y comunicación visual: imagen. *Apuntes en torno a las Ciencias de la Información y Bibliotecología. e-Ciencias de la Información*, 8(2), 102-121. <https://archivo.revistas.ucr.ac.cr/index.php/eciencias/article/view/29956> [Consultado: 2026, marzo 14].

Múnera Barbosa, B. (2020). Fotografía y comunicación: un espejo, una imagen, un ojo. *L'Atalante. Revista de estudios cinematográficos*,

(29), 235-248. <https://www.redalyc.org/journal/5155/515568676006/515568676006.pdf> [Consultado: 2026, marzo 14].

Palacios, J. (2001). Introducción. En M. Scheler (Ed.), *El formalismo en la ética y la ética material de los valores* (pp. 11-21). Caparrós Editores

Rigat, L. (2019). De lo fotográfico a la fotografía digital contemporánea: la imagen en el intercambio discursivo. *Fotocinema. Revista Científica de Cine y Fotografía*, (18), 193-219. <https://revistas.uma.es/index.php/fotocinema/article/view/5532> [Consultado: 2026, marzo 14].

Rigat, L., Busso, M. P. y Bañuelos Capistrán, J. (2024). Imágenes y mediatizaciones: Cultura visual, medios y digitalización. *InMediaciones de la Comunicación*, 19(1), 15-24. http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-86262024000201101 [Consultado: 2026, marzo 14].

Rodríguez Puerto, K. (2022). Fotografía y decolonialidad: marginalidad y resistencia cultural en el Caribe contemporáneo. *Anales del Instituto de Investigaciones Estéticas*, 44(121), 227-258. <https://www.clacso.org/fotografia-y-decolonialidad-marginalidad-y-resistencia-cultural-en-el-caribe-contemporaneo/> [Consultado: 2026, marzo 14].

Sánchez-García, D. G. (2021). Ética y deontología fotográfica: Códigos para la escritura científica de discursos visuales en entornos digitales.

Revista Panamericana de Comunicación, 3(1), 51-61. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2411-99702021000100084 [Consultado: 2026, marzo 14].

Scheler, M. (2001). *El formalismo en la ética y la ética material de los valores* (3ª ed.). Caparrós Editores. <https://dokumen.pub/el-formalismo-en-la-etica-y-la-etica-material-de-los-valores-3nbsped-8487943888.html> [Consultado: 2025, diciembre 15].

COMUNICACIÓN SIMBIÓTICA Y RESPONSABILIDAD ÉTICA EN LA ERA DE LA IA Y DEL TRANSHUMANISMO

AUTORA:
APONTE, YEISY

Resumen

Los entornos comunicacionales contemporáneos atraviesan una transformación profunda como resultado de la incorporación de sistemas algorítmicos, inteligencia artificial y tecnologías digitales avanzadas, lo que reconfigura de manera sustantiva las formas de producción, circulación e interpretación del sentido. En este contexto, la comunicación ya no puede comprenderse exclusivamente como un intercambio simbólico entre sujetos humanos, sino como un proceso mediado por infraestructuras técnicas que intervienen activamente en la visibilidad de los discursos, la jerarquización de la información y la configuración de la opinión pública. En la denominada era del transhumanismo, caracterizada por la convergencia entre lo humano, lo tecnológico y lo algorítmico, emergen formas de agencia comunicacional distribuida que tensionan los marcos éticos y deontológicos tradicionales, históricamente centrados en la responsabilidad individual del comunicador. La automatización de contenidos, la transparencia algorítmica y la dilución de la autoría en entornos digitales complejos ponen en cuestión principios fundamentales como la veracidad, la responsabilidad social y el bien común. Frente a este escenario, el presente ensayo tiene como propósito desarrollar una revisión teórica crítica sobre la ética y la responsabilidad en la comunicación contemporánea, a partir del diálogo entre los estudios sobre transhumanismo, comunicación y ética. Metodológicamente, se adopta un enfoque cualitativo de carácter teórico-reflexivo, sustentado en una revisión documental crítica de fuentes académicas especializadas, cuya sistematización se apoya en una matriz epistémica de contenido. A través de este análisis, se identifican convergencias, tensiones y vacíos conceptuales en torno a la ética comunicacional en contextos de mediación tecnológica avanzada. El trabajo sostiene la necesidad

de repensar la responsabilidad social comunicacional desde una perspectiva estructural y relacional, orientada hacia una deontología moderna capaz de responder a los desafíos de la comunicación simbiótica y de preservar los valores democráticos, la dignidad humana y la justicia comunicacional en el siglo XXI.

Palabras clave: Ética comunicacional; transhumanismo; comunicación simbiótica; inteligencia artificial; responsabilidad social: deontología.

ABSTRACT

Contemporary communicational environments are undergoing a profound transformation as a result of the incorporation of algorithmic systems, artificial intelligence, and advanced digital technologies, which substantially reconfigure the modes of production, circulation, and interpretation of meaning. In this context, communication can no longer be understood exclusively as a symbolic exchange between human subjects, but rather as a process mediated by technical infrastructures that actively intervene in the visibility of discourses, the hierarchization of information, and the shaping of public opinion. In the so-called era of transhumanism, characterized by the convergence of the human, the technological, and the algorithmic, forms of distributed communicational agency emerge that place tension on traditional ethical and deontological frameworks historically centered on the individual responsibility of the communicator. The automation of content, algorithmic transparency, and the dilution of authorship in complex digital environments call into question fundamental principles such as truthfulness, social responsibility, and the common good. In response to this scenario, the present essay aims to develop a critical theoretical review of ethics and responsibility in contemporary communication through a dialogue between studies on transhumanism, communication, and ethics. Methodologically, a qualitative, theoretical-reflective approach is adopted, grounded in a critical documentary review of specialized academic sources, systematized through an epistemic content matrix. Through this analysis, convergences, tensions, and

conceptual gaps surrounding communicational ethics in contexts of advanced technological mediation are identified. The paper argues for the need to rethink social communicational responsibility from a structural and relational perspective, oriented toward a modern deontology capable of responding to the challenges of symbiotic communication and of preserving democratic values, human dignity, and communicational justice in the twenty-first century.

Keywords: Communicational ethics; transhumanism; symbiotic communication; artificial intelligence; social responsibility; deontology.

Introducción

Los entornos comunicacionales contemporáneos han crecido de manera acelerada, y al incorporar sistemas algorítmicos e inteligencia artificial se reconfigura de manera profunda las formas de producción, circulación e interpretación del sentido. En este escenario, la comunicación ya no puede comprenderse únicamente como un intercambio simbólico entre sujetos humanos, sino como un proceso mediado por infraestructuras técnicas que intervienen activamente en la construcción de los mensajes, en la gestión de la visibilidad y en la organización de los flujos informativos. Estas transformaciones nos llevan a una comunicación simbiótica, dónde se plantean desafíos sustantivos para los marcos éticos tradicionales que han orientado históricamente la práctica comunicacional.

En el contexto de la denominada era del transhumanismo, caracterizada por la convergencia entre lo humano, lo tecnológico y lo algorítmico,

emergen nuevas formas de agencia comunicacional que desbordan los modelos clásicos centrados en la intencionalidad del emisor y en la responsabilidad individual del comunicador. La automatización de contenidos, la falta de transparencia de los algoritmos y la progresiva dilución de la autoría en entornos digitales complejos tensionan los principios deontológicos tradicionales, particularmente aquellos vinculados con la verdad, la responsabilidad social y el bien común.

A pesar del creciente interés académico por analizar los impactos del transhumanismo y de la inteligencia artificial en distintos campos del saber, se observa un vacío teórico relevante en torno a la reformulación de la ética comunicacional desde una perspectiva que reconozca la naturaleza distribuida, sistémica y mediada de los procesos comunicativos actuales. En este sentido, resulta necesario revisar críticamente los aportes teóricos existentes para identificar sus alcances, limitaciones y zonas de

tensión frente a los nuevos escenarios tecnológicos.

Desde esta preocupación surge el presente ensayo, cuyo propósito es desarrollar una revisión teórica crítica sobre la ética y la responsabilidad en la comunicación contemporánea, a partir del diálogo entre los estudios sobre transhumanismo, comunicación y ética. El trabajo se orienta a identificar los principales enfoques conceptuales que abordan estas categorías, así como los vacíos teóricos que persisten ante la complejidad de los entornos comunicacionales mediados por tecnologías inteligentes. De este modo, el mismo busca contribuir a la reflexión académica sobre la necesidad de repensar la responsabilidad comunicacional en un contexto donde la agencia ya no es exclusivamente humana, sino compartida con sistemas técnicos y algorítmicos.

Metodología

En cuanto a metodología se refiere, se inscribe en un enfoque cualitativo, de carácter teórico-reflexivo, y adopta como estrategia metodológica la

revisión documental crítica. Este enfoque permite analizar, interpretar y contrastar los principales aportes conceptuales vinculados con las categorías centrales del estudio: transhumanismo, comunicación y ética, en el marco de los procesos comunicacionales contemporáneos mediados por tecnologías digitales avanzadas.

El diseño metodológico se fundamenta en el análisis de fuentes académicas especializadas (libros, artículos científicos y documentos teóricos) seleccionadas a partir de criterios de pertinencia temática, relevancia conceptual y vigencia académica. A través de un ejercicio de exégesis y comparación teórica, se examinan las distintas perspectivas que abordan los desafíos éticos de la comunicación en contextos transhumanos, prestando especial atención a sus supuestos ontológicos, epistemológicos y axiológicos.

Como técnica de sistematización del análisis, se elabora una matriz de contenido de carácter epistémico, cuyo objetivo es organizar los aportes teóricos revisados, identificar

convergencias y divergencias entre los autores seleccionados y evidenciar los vacíos conceptuales existentes en relación con la ética y la responsabilidad comunicacional. Esta matriz no constituye una interfaz metodológica ni un modelo teórico final, sino un recurso analítico que permite visualizar de manera estructurada los resultados de la revisión documental y sustentar el análisis crítico desarrollado.

Comunicación simbiótica y responsabilidad ética en la era de la IA y del transhumanismo

Para comenzar, resulta necesario iniciar el recorrido conceptual con la delimitación de las categorías centrales que articulan el análisis. En este trabajo, dichas categorías se configuran en torno a tres ejes fundamentales: transhumanismo, comunicación en entornos tecnológicos avanzados (comunicación simbiótica) y ética y responsabilidad comunicacional. Estas nociones no se abordan de manera aislada, sino como dimensiones interrelacionadas que permiten comprender la complejidad

de los procesos comunicativos contemporáneos.

La emergencia del transhumanismo como horizonte filosófico y cultural permite comprender con mayor profundidad esta transformación. Desde esta perspectiva, la relación entre lo humano y lo tecnológico deja de concebirse como una simple mediación instrumental para configurarse como una integración progresiva, en la que las capacidades cognitivas, comunicativas y decisionales son ampliadas, asistidas o incluso parcialmente delegadas a sistemas artificiales. Autores como Bostrom (2014) han advertido que este proceso no solo redefine las condiciones materiales de la acción humana, sino que plantea dilemas éticos profundos en torno al control, la autonomía y la responsabilidad en sociedades crecientemente tecnificadas. En el ámbito comunicacional, estas tensiones se expresan en la creciente dependencia de algoritmos para la selección de contenidos, la personalización informativa y la modulación de la visibilidad pública.

En este nuevo ecosistema, los procesos comunicativos adquieren un carácter simbiótico, en tanto resultan de la interacción continua entre o ya no responde a una lógica lineal de emisor-mensaje-receptor, sino a dinámicas reticulares, automatizadas y adaptativas, donde la agencia se distribuye entre múltiples actores humanos y no humanos. Esta reconfiguración desafía los marcos normativos tradicionales de la ética y la deontología profesional, contruidos bajo el supuesto de un sujeto comunicador plenamente identificable y responsable de sus actos comunicativos.

Desde esta perspectiva, la ética comunicacional enfrenta el desafío de reformularse para responder a problemáticas que exceden el control individual del comunicador. La falta de transparencia algorítmica, la automatización de la producción discursiva, la circulación acelerada de desinformación y la dificultad para rastrear la autoría de los mensajes cuestionan la eficacia de los códigos deontológicos clásicos, centrados en la intencionalidad y la responsabilidad individual. Como advierte Floridi

inteligencias humanas y artificiales. La noción de comunicación simbiótica permite describir un escenario en el que la producción de sentido (2013), la expansión de la infósfera implica una redistribución de la responsabilidad moral en entornos donde las decisiones son el resultado de sistemas complejos y no de acciones aisladas. En este sentido, la ética deja de ser únicamente una cuestión de conducta profesional para convertirse en un problema estructural del diseño y la gobernanza de los sistemas comunicacionales.

A su vez, la responsabilidad social comunicacional adquiere nuevas dimensiones en este contexto. Tradicionalmente asociada al compromiso con la verdad, la pluralidad informativa y el bien común, esta responsabilidad debe ser repensada a la luz de infraestructuras digitales que condicionan el acceso a la información, jerarquizan contenidos y modelan la opinión pública mediante criterios algorítmicos. La comunicación ya no se limita a lo que se dice, sino que incluye cómo se diseñan los entornos de circulación simbólica, qué valores se inscriben en

las plataformas tecnológicas y qué intereses orientan sus lógicas de funcionamiento. Esta situación exige una mirada ética que trascienda el nivel del contenido para incorporar una reflexión crítica sobre las arquitecturas comunicacionales y sus efectos sociales.

En este escenario, resulta pertinente recuperar aportes de la teoría crítica de la comunicación, particularmente aquellos que problematizan las relaciones entre racionalidad, poder y discurso. Desde una lectura contemporánea de Habermas (2001), la legitimidad comunicativa no puede desvincularse de las condiciones estructurales que posibilitan o restringen la participación, la deliberación y el reconocimiento en el espacio público. Sin embargo, a diferencia de los contextos analógicos en los que se inscriben estas teorías, los entornos digitales actuales introducen mediaciones técnicas que reconfiguran profundamente las dinámicas de la acción comunicativa, haciendo necesario una actualización conceptual que dialogue con los desafíos del transhumanismo y la inteligencia artificial.

Asimismo, las intuiciones tempranas de McLuhan (1996) sobre los medios como extensiones del ser humano adquieren una renovada vigencia en la era de los sistemas inteligentes. Si los medios no solo transmiten contenidos, sino que transforman las formas de percepción, pensamiento y organización social, entonces las tecnologías algorítmicas actuales deben ser analizadas no solo por lo que comunican, sino por cómo reconfiguran las condiciones mismas de la experiencia comunicativa. Esta perspectiva refuerza la necesidad de una ética que considere la dimensión simbólica, técnica y cultural de los entornos digitales, evitando reduccionismos instrumentales.

El presente ensayo se inscribe en este debate y propone una revisión crítica de la ética, la responsabilidad y la deontología comunicacional en la era del transhumanismo y la inteligencia artificial. Desde un enfoque teórico-argumentativo y transdisciplinario, se plantea la necesidad de avanzar hacia una deontología moderna, capaz de responder a los dilemas éticos emergentes en contextos de agencia

distribuida y comunicación automatizada. Para ello, el trabajo se estructura en tres ejes teóricos interrelacionados: en primer lugar, se analiza la mutación ética de la comunicación en entornos transhumanos; en segundo lugar, se aborda la responsabilidad social comunicacional desde una perspectiva estructural; y finalmente, se propone una reformulación de la deontología profesional orientada a los ecosistemas comunicativos híbridos.

Lejos de ofrecer respuestas cerradas, se busca abrir un espacio de reflexión crítica que contribuya a repensar el rol del comunicador contemporáneo no solo como emisor de mensajes, sino como mediador entre inteligencias humanas y artificiales, diseñador de ecosistemas simbólicos y garante de valores democráticos en un entorno digital cada vez más complejo. Desde esta perspectiva, la ética comunicacional se concibe como un campo en transformación permanente, llamado a redefinirse para preservar la dignidad, la justicia y la responsabilidad en la comunicación del siglo XXI.

Sabemos que, en los entornos digitales contemporáneos, los procesos comunicativos se configuran a partir de la interacción entre sujetos humanos, tecnologías inteligentes, infraestructuras algorítmicas y marcos normativos que operan de manera simultánea. Esta complejidad no puede ser comprendida adecuadamente desde una sola tradición teórica, sino que requiere un diálogo crítico entre la filosofía, la teoría de la comunicación, la ética aplicada y los estudios sobre tecnología.

Desde esta perspectiva, la noción a la búsqueda futura de una interfaz no se reduce a un elemento técnico, sino que se concibe como un espacio epistemológico y metodológico de cruce entre categorías, autores y problemáticas. La interfaz funcionaría como un dispositivo analítico que permite observar cómo se entrelazan lo humano, lo técnico y lo simbólico en la producción de sentido, así como identificar tensiones, vacíos y desplazamientos conceptuales que emergen en los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

El transhumanismo constituye uno de los ejes centrales de la matriz teórica. Más que una corriente homogénea, se trata de un campo de pensamiento que reflexiona sobre la ampliación de las capacidades humanas mediante la tecnología, planteando interrogantes éticos, políticos y culturales de gran alcance. Bostrom (2014) sostiene que el transhumanismo no solo propone mejoras tecnológicas, sino que obliga a repensar la noción misma de humanidad, la toma de decisiones y la responsabilidad moral en entornos donde la acción se encuentra mediada por sistemas inteligentes. En el plano comunicacional, esto se traduce en una redistribución de la agencia y en la disminución de los límites entre productor, mediador y receptor del mensaje.

Con esta perspectiva, la teoría de la comunicación aporta herramientas fundamentales para comprender cómo los medios y las tecnologías configuran la experiencia social. McLuhan (1964) ya advertía que los medios son extensiones del ser humano y que su impacto más profundo no reside en los contenidos

que transmiten, sino en las transformaciones estructurales que producen en la percepción, la cognición y las relaciones sociales. En la actualidad, los algoritmos y las plataformas digitales actúan como extensiones cognitivas que no solo amplifican la comunicación, sino que la moldean activamente, introduciendo criterios automatizados de selección, visibilidad y jerarquización de la información.

Desde la ética de la información, Floridi (2013) propone pensar estos entornos como parte de una infosfera global en la que humanos y dispositivos inteligentes coexisten y coactúan. En este marco, la responsabilidad ética deja de ser exclusivamente individual para adquirir un carácter distribuido, lo que obliga a replantear los fundamentos de la deontología profesional. La ética ya no puede limitarse a regular conductas aisladas, sino que debe extenderse al diseño, implementación y gobernanza de los sistemas comunicacionales que estructuran la vida social.

Por su parte, la teoría crítica de Habermas (2001) aporta un marco

normativo indispensable para analizar las condiciones de legitimidad de la comunicación. Su concepto de acción comunicativa, basado en la racionalidad dialógica y el entendimiento intersubjetivo, permite evaluar hasta qué punto los entornos digitales favorecen o restringen la deliberación democrática. No obstante, en los actuales escenarios digitales, estas condiciones se ven tensionadas por lógicas de automatización y control que operan fuera del alcance de la conciencia del usuario, lo que exige una actualización crítica de sus planteamientos.

En este punto, resulta pertinente incorporar lecturas críticas contemporáneas, como las de Lukács (2021), quien advierte sobre los riesgos de una tecnificación acrítica de la vida social y la consolidación de nuevas formas de dominación simbólica bajo el discurso del progreso tecnológico. Si bien su postura no se inscribe plenamente en el transhumanismo, sus aportes permiten problematizar los efectos éticos y políticos de la inteligencia artificial en la comunicación,

especialmente en relación con la mercantilización de la atención y la pérdida de autonomía del sujeto.

A partir de este recorrido teórico, se evidencia que, si bien existen aportes relevantes para comprender el vínculo entre tecnología, ética y comunicación, persiste un vacío conceptual en torno a la formulación de una ética comunicacional adaptada a escenarios de agencia distribuida. Este vacío justifica la necesidad de sistematizar los enfoques existentes mediante una matriz de contenido de carácter epistémico, que permita visualizar las tensiones, convergencias y ausencias presentes en el campo teórico analizado.

La mutación ética de la comunicación en contextos transhumanos

Así como otros sectores, la comunicación contemporánea atraviesa una transformación profunda que no puede comprenderse únicamente como una evolución tecnológica, sino como una mutación ética y ontológica del propio acto comunicativo. En la era del transhumanismo, se integran

ecosistemas híbridos donde interactúan inteligencias humanas, algoritmos, neurolinks, plataformas digitales y sistemas automatizados. Esta reconfiguración altera de manera sustantiva las nociones clásicas de agencia, responsabilidad y autoría, pilares históricos de la ética comunicacional.

Tradicionalmente, la ética de la comunicación se ha sostenido sobre la figura de un sujeto comunicador claramente identificable, dotado de intención, conciencia moral y capacidad de deliberación. Desde esta perspectiva, la responsabilidad ética se atribuía a individuos o instituciones concretas, capaces de responder por los efectos de sus discursos en el espacio público. Sin embargo, en los entornos digitales de hoy día, esta lógica se ve tensionada por la aparición de formas de agencia distribuida, donde las decisiones comunicativas son el resultado de interacciones complejas entre humanos y sistemas técnicos que operan, en muchos casos, carecen de transparencia.

Bostrom (2014) advierte que el transhumanismo no solo implica una

ampliación de las capacidades humanas mediante la tecnología, sino una redefinición de las condiciones bajo las cuales se toman decisiones con consecuencias morales. En el ámbito comunicacional, esta redefinición se manifiesta en la automatización de procesos como la selección de contenidos, la personalización de la información y la moderación del discurso, funciones que antes dependían del criterio humano y que hoy son mínimas, parcial o totalmente, a algoritmos de aprendizaje automático. Esta delegación plantea un desafío ético central: ¿quién es responsable de los mensajes que circulan cuando la intervención humana es indirecta o mínima?

Desde la perspectiva de la ética de la información, Floridi (2013) propone comprender estos escenarios como parte de una infosfera en la que los agentes humanos y artificiales coexisten y coactúan. En este marco, la responsabilidad ética deja de ser individual y lineal para convertirse en un fenómeno distribuido, en el que múltiples actores (diseñadores, programadores, comunicadores,

plataformas y usuarios) participan en la configuración de los flujos informativos. Esta concepción resulta particularmente relevante para el campo de la comunicación, ya que obliga a desplazar el foco desde el contenido aislado hacia las condiciones estructurales que posibilitan o restringen determinadas formas de interacción simbólica.

La mutación ética de la comunicación también puede analizarse a la luz de los planteamientos de McLuhan (1964), quien sostuvo que los medios no solo transmiten mensajes, sino que transforman los modos de percepción y organización social. Actualmente, los algoritmos funcionan como extensiones cognitivas que filtran, jerarquizan y priorizan la información, influyendo de manera decisiva en la construcción de la realidad social. Esta mediación digital introduce una dimensión ética inédita, ya que las decisiones que afectan la visibilidad y el alcance de los discursos no siempre responden a criterios deliberativos o normativos explícitos, sino a lógicas de optimización técnica y rentabilidad económica.

En este escenario, los códigos deontológicos tradicionales del profesional de la comunicación muestran claras limitaciones. Diseñados para regular la conducta de sujetos humanos en contextos relativamente estables, estos marcos normativos no contemplan adecuadamente la intervención de sistemas automatizados ni la pérdida de trazabilidad en la autoría de los mensajes. Como señala Habermas (1987), la legitimidad de la comunicación democrática depende de condiciones de simetría, transparencia y racionalidad discursiva. No obstante, cuando los procesos comunicativos están mediados por algoritmos, estas condiciones se ven erosionadas, generando asimetrías informativas que afectan la calidad del debate público.

La mutación ética de la comunicación se expresa, entonces, en una doble tensión. Por un lado, persiste la exigencia normativa de veracidad, responsabilidad y respeto por la dignidad humana; por otro, emergen estructuras técnicas que reconfiguran la acción comunicativa sin una

supervisión ética proporcional a su impacto social. Esta tensión obliga a repensar la ética comunicacional no como un conjunto de reglas aplicables a posteriori, sino como un principio que debe integrarse desde el diseño mismo de los sistemas de comunicación.

Desde una postura crítica, Lukács (2021) advierte que la naturalización de la mediación tecnológica puede conducir a una pérdida progresiva de la autonomía del sujeto comunicador, diluido en sistemas que privilegian la eficiencia y el control sobre la deliberación y el sentido. Esta advertencia resulta pertinente para comprender los riesgos éticos del transhumanismo comunicacional, especialmente cuando las tecnologías son presentadas como soluciones neutrales a problemas sociales complejos, invisibilizando los valores y decisiones que las sustentan.

En este contexto, la noción de comunicación simbiótica adquiere centralidad analítica. Lejos de concebir la relación entre humanos y tecnologías en términos de sustitución, la comunicación

simbiótica reconoce una co-producción de sentido en la que la agencia se distribuye entre distintos actores. No obstante, esta simbiosis no es ética por definición; requiere ser orientada por principios normativos que garanticen la inclusión, la transparencia y la justicia comunicacional. De lo contrario, corre el riesgo de consolidar nuevas formas de exclusión y desigualdad en el acceso a la palabra pública.

Adicionalmente, la mutación ética en contextos transhumanos, no implica el abandono de los valores tradicionales de la profesión, sino su resignificación. La veracidad, la responsabilidad y el compromiso con el bien común continúan siendo principios fundamentales, pero deben ser reinterpretados a la luz de entornos donde la acción humana se encuentra mediada por sistemas inteligentes. Este proceso de resignificación constituye el primer paso hacia una ética comunicacional adaptativa, capaz de responder a los desafíos de la era digital sin renunciar a su horizonte humanista.

Responsabilidad social comunicacional, gobernanza algorítmica e inclusión en la era transhumanista

La responsabilidad social comunicacional ha sido históricamente un principio normativo central en el ejercicio profesional de la comunicación, estrechamente vinculado al compromiso con la verdad, el respeto a la pluralidad y la promoción del bien común. En los marcos clásicos, esta responsabilidad se concebía como una obligación ética del comunicador frente a la sociedad, basada en la capacidad de evaluar las consecuencias de sus mensajes y de actuar conforme a principios morales compartidos. Sin embargo, en los actuales entornos transhumanos, caracterizados por infraestructuras digitales automatizadas y sistemas tecnológicos programados de mediación, esta noción adquiere una complejidad inédita que exige una reformulación profunda.

En el contexto de la comunicación digital actual, la responsabilidad ya no puede entenderse únicamente como una relación directa entre emisor y

receptor. Los flujos informativos están mediados por plataformas que operan mediante algoritmos de recomendación, clasificación y moderación, los cuales influyen decisivamente en la visibilidad de los discursos, en la formación de la opinión pública y en la configuración de agendas sociales. Como advierte Floridi (2013), en la infosfera actual las acciones individuales se inscriben en sistemas sociotécnicos amplios, donde los efectos éticos no son lineales ni fácilmente atribuibles a un solo actor. En consecuencia, la responsabilidad comunicacional se desplaza desde el nivel estrictamente individual hacia un plano estructural y distribuido.

Por lo que esta transformación plantea un desafío central para la ética de la comunicación: ¿Cómo podemos mantener nuestra integridad moral frente a sistemas de decisión automatizados que carecen de transparencia? La gobernanza algorítmica surge aquí como un concepto clave para comprender los nuevos escenarios de responsabilidad. Lejos de ser un fenómeno neutral, la gobernanza

algorítmica implica decisiones normativas sobre qué contenidos se priorizan, cuáles se invisibilizan y bajo qué criterios se organiza el acceso a la información. Estas decisiones, aunque codificadas en sistemas técnicos, reflejan valores, intereses y relaciones de poder que impactan directamente en la esfera pública.

Desde la teoría crítica, Habermas (1987) sostiene que la legitimidad de la comunicación democrática depende de condiciones que garanticen la inclusión, la igualdad de oportunidades discursivas y la ausencia de coerción. No obstante, en los entornos digitales actuales, estas condiciones se ven tensionadas por mecanismos algorítmicos que operan fuera del alcance de la deliberación ciudadana. La personalización extrema de la información, la segmentación de audiencias y la creación de burbujas informativas afectan la posibilidad de un espacio público compartido, fragmentando el debate social y debilitando los procesos de construcción colectiva de sentido.

La responsabilidad social comunicacional, en este marco, no

puede limitarse a la corrección ética de los mensajes emitidos, sino que debe extenderse al diseño y evaluación de los entornos tecnológicos que median la comunicación. Como señala Cortina (2017), una ética verdaderamente responsable no se agota en la buena intención individual, sino que requiere instituciones y estructuras que promuevan prácticas justas y orientadas al bien común. Aplicado al campo comunicacional, esto implica asumir que la ética debe incorporarse desde la arquitectura misma de las plataformas, integrando principios de transparencia, equidad y rendición de cuentas.

La inclusión, la igualdad y la interculturalidad adquieren en este punto una relevancia particular. Si bien las tecnologías digitales han sido presentadas frecuentemente como herramientas democratizadoras, diversos estudios advierten que también pueden reproducir y amplificar desigualdades preexistentes. Los algoritmos, entrenados a partir de datos históricos, tienden a reflejar sesgos sociales y culturales que afectan de

manera desproporcionada a grupos históricamente marginados. En el ámbito comunicacional, esto se traduce en desigualdades en la representación, en la visibilidad de las voces y en el acceso efectivo a la participación pública.

Desde una perspectiva transhumanista crítica, Bostrom (2014) reconoce que el desarrollo tecnológico plantea riesgos éticos significativos si no se orienta por valores humanistas. En el caso de la comunicación, estos riesgos se manifiestan cuando la eficiencia técnica y la optimización de la atención prevalecen sobre la diversidad cultural y la deliberación democrática. La responsabilidad social comunicacional exige, por tanto, una vigilancia ética constante sobre los impactos de las tecnologías emergentes, así como la capacidad de anticipar consecuencias sociales no deseadas.

En este sentido, la noción de ciudadanía digital resulta fundamental para articular responsabilidad, inclusión y gobernanza algorítmica. La ciudadanía ya no se ejerce únicamente en espacios físicos o

institucionales tradicionales, sino también en plataformas digitales que configuran nuevas formas de participación, expresión y control social. No obstante, el acceso a estas plataformas no garantiza por sí mismo una participación equitativa. La brecha digital, entendida no solo en términos de acceso tecnológico sino también de competencias críticas y alfabetización mediática, condiciona la capacidad de los sujetos para ejercer plenamente sus derechos comunicacionales.

Por lo que, la responsabilidad social comunicacional debe incorporar, entonces, una dimensión pedagógica y política orientada a fortalecer la autonomía crítica de los ciudadanos frente a los sistemas tecnológicos. Lukács (2021) advierte que la naturalización de la mediación algorítmica puede conducir a una forma sutil de dominación simbólica, en la que los sujetos aceptan pasivamente lógicas de control y vigilancia presentadas como inevitables. Frente a este riesgo, el comunicador adquiere un rol estratégico como mediador ético, capaz de visibilizar los procesos

ocultos de producción de sentido y de promover una reflexión crítica sobre el uso de las tecnologías.

Desde la perspectiva de la comunicación simbiótica, la responsabilidad social no se diluye en la complejidad tecnológica, sino que se redefine como corresponsabilidad. Esto implica reconocer que la acción comunicacional es el resultado de interacciones múltiples y que, por tanto, la ética debe distribuirse entre todos los actores involucrados. Sin embargo, esta distribución no puede convertirse en una excusa para la impunidad o la evasión moral. Al contrario, exige marcos normativos claros que permitan identificar responsabilidades específicas en cada nivel del ecosistema comunicativo.

La reformulación de la responsabilidad social comunicacional en la era transhumanista supone, en consecuencia, un desplazamiento desde una ética centrada en el mensaje hacia una ética centrada en el sistema. Este desplazamiento no elimina la importancia de la veracidad, la objetividad y el

compromiso con los derechos humanos, sino que los amplía hacia dimensiones estructurales como la gobernanza algorítmica, la inclusión digital y la justicia comunicacional. Solo desde esta perspectiva ampliada es posible responder de manera ética a los desafíos que plantea la convergencia entre comunicación, inteligencia artificial y transhumanismo.

Hacia una deontología moderna del comunicador en entornos transhumanos

Los códigos éticos tradicionales de la comunicación fueron concebidos en un contexto donde el sujeto comunicador era identificable, consciente de sus decisiones y plenamente responsable de los efectos de sus mensajes. Sin embargo, en los actuales entornos transhumanos, esta figura se ve presionado por dinámicas de coautoría humano-máquina, mediaciones técnicas opacas y lógicas automatizadas que desdibujan los límites clásicos entre emisor, medio y receptor, y es por ello que se debe replantear de

manera profunda los fundamentos de la deontología profesional.

En este escenario, la noción de deontología no puede permanecer anclada a marcos normativos diseñados para contextos analógicos o mediaciones técnicas simples. La comunicación simbiótica, como paradigma emergente, exige una deontología moderna capaz de reconocer la distribución de la agencia comunicacional y de responder éticamente a sistemas donde la producción de sentido es el resultado de interacciones complejas entre humanos y tecnologías inteligentes.

Desde la perspectiva de la ética de la información, Floridi (2013) sostiene que los entornos digitales no son meros instrumentos, sino ecosistemas morales en sí mismos. En ellos, las acciones comunicativas generan efectos que trascienden la intención individual y se inscriben en redes sociotécnicas de amplio alcance. Este enfoque resulta fundamental para comprender por qué la deontología comunicacional debe ampliarse hacia una ética relacional y contextual, que no se

limite a prescribir conductas individuales, sino que incorpore principios orientados al diseño, uso y regulación de las infraestructuras comunicativas.

Uno de los desafíos centrales de ésta es la redefinición del principio de responsabilidad. Como se desarrolló en el eje anterior, la responsabilidad en entornos algorítmicos es necesariamente distribuida. No obstante, la distribución de la responsabilidad no implica su disolución. Por el contrario, exige una articulación clara de corresponsabilidades entre comunicadores, desarrolladores tecnológicos, empresas mediáticas, plataformas digitales y organismos reguladores. En este sentido, la deontología se aleja de una ética individualista para adoptar una lógica de responsabilidad multinivel, donde cada actor responde por el impacto de sus decisiones dentro del sistema comunicacional.

Asimismo, la transparencia constituye otro pilar fundamental de esta propuesta deontológica. En los entornos digitales actuales, gran parte de las decisiones que afectan la

circulación del discurso público se toman mediante algoritmos cuyos criterios permanecen invisibles para los usuarios. Esta falta de transparencia técnica no solo dificulta la rendición de cuentas, sino que también vulnera principios básicos de la ética comunicacional, como la honestidad, la claridad y el derecho a la información. Desde una deontología moderna, el comunicador tiene el deber ético de informar cuando los contenidos son generados, filtrados o priorizados por sistemas automatizados, así como de promover prácticas que hagan comprensibles los procesos de mediación tecnológica.

De acuerdo con Habermas (1987), puede afirmarse que la transparencia no es únicamente un valor técnico, sino una condición para la deliberación democrática. Si los sujetos desconocen las reglas que estructuran el espacio comunicacional, su capacidad de participación se ve severamente limitada. Por ello, la deontología moderna debe incorporar el principio de explicabilidad, entendido como el derecho de las audiencias a

comprender cómo y por qué determinados mensajes adquieren visibilidad o son excluidos del debate público.

La noción de veracidad también requiere una reformulación en este contexto. Hoy día con la automatización del contenido, la veracidad no puede reducirse a la ausencia de falsedad factual. Debe entenderse como una práctica ética orientada a garantizar la integridad del entorno informativo. Wardle y Derakhshan (2017) advierten que el problema actualmente no es solo la difusión de información falsa, sino la arquitectura comunicacional que favorece la viralización, la polarización y la descontextualización del discurso. En consecuencia, una deontología moderna exige que el comunicador asuma una responsabilidad activa frente a los efectos sistémicos de la circulación de contenidos, incluso cuando estos no sean producidos directamente por él.

Otro elemento central de esta deontología emergente es la defensa de nuevos derechos comunicacionales. Más allá de los

derechos clásicos a la libertad de expresión y al acceso a la información, los entornos transhumanos plantean la necesidad de reconocer derechos como el derecho a la no manipulación algorítmica, el derecho a la protección de la identidad digital, el derecho a la trazabilidad de los contenidos y el derecho a una representación justa en sistemas automatizados. Estos derechos no solo amplían el horizonte normativo de la comunicación, sino que refuerzan su dimensión ética en sociedades crecientemente mediadas por tecnologías inteligentes.

Desde una perspectiva transhumanista crítica, Bostrom (2014) advierte que el desarrollo tecnológico debe estar acompañado de marcos normativos robustos que eviten escenarios de exclusión, dominación o pérdida de control humano sobre procesos fundamentales. Aplicado al campo comunicacional, este planteamiento refuerza la idea de que la deontología moderna no puede ser reactiva, sino anticipatoria. El comunicador debe desarrollar una ética prospectiva, capaz de evaluar riesgos futuros y de

orientar el uso responsable de tecnologías emergentes antes de que sus efectos se consoliden de manera irreversible.

En este punto, la figura del comunicador se redefine de manera sustantiva. Ya no se trata únicamente de un emisor de mensajes o de un intermediario informativo, sino de un diseñador de ecosistemas simbólicos. Esta función implica comprender las lógicas técnicas que estructuran los entornos digitales, evaluar sus implicaciones éticas y participar activamente en la construcción de espacios comunicacionales orientados al bien común. Como señala Cortina (2017), la ética profesional auténtica no se limita al cumplimiento de normas, sino que se expresa en la capacidad de asumir responsabilidades frente a los otros y frente a la sociedad en su conjunto.

La deontología moderna también interpela los procesos de formación académica y de investigación en comunicación. Sabemos que la inteligencia artificial y el análisis automatizado de datos se incorporan de manera creciente a las metodologías de investigación,

resulta imprescindible actualizar los criterios éticos que rigen la producción de conocimiento. El consentimiento informado, la protección de datos, la explicabilidad metodológica y la no instrumentalización de los sujetos deben ser repensados a la luz de estas nuevas prácticas. En este sentido, la ética de la investigación comunicacional se convierte en un componente inseparable de la deontología moderna.

La reflexión desarrollada a lo largo de este ensayo permite afirmar que la ética de la comunicación atraviesa hoy un punto de inflexión histórico. La aparición del transhumanismo, la expansión de la inteligencia artificial y la consolidación de infraestructuras algorítmicas como mediadoras centrales del discurso público han transformado de manera estructural las condiciones en las que se produce, circula y resignifica el sentido. En este nuevo escenario, sostener los marcos éticos tradicionales sin revisión crítica implica desconocer la complejidad del ecosistema comunicacional contemporáneo y, en consecuencia,

debilitar la legitimidad social del ejercicio profesional.

Uno de los principales aportes de este trabajo ha sido visibilizar que la comunicación ya no puede entenderse como un acto exclusivamente humano ni como una práctica limitada a la emisión de mensajes. La noción de comunicación simbiótica permite comprender que los procesos comunicativos actuales emergen de interacciones constantes entre sujetos humanos, sistemas automatizados, arquitecturas técnicas y lógicas algorítmicas. Esta configuración híbrida redefine categorías fundamentales como agencia, autoría, responsabilidad y veracidad, obligando a desplazar la ética comunicacional desde un enfoque individual hacia una perspectiva relacional, estructural y contextual.

Desde una perspectiva personal y crítica, se asume que el comunicador del siglo XXI está llamado a desempeñar un rol estratégico en la construcción del espacio público digital. Ya no basta con informar, persuadir o narrar; se trata de diseñar

ecosistemas simbólicos, mediar entre inteligencias humanas y artificiales, y garantizar que los valores democráticos no queden subordinados a lógicas de eficiencia técnica o rentabilidad algorítmica.

Luego del abordaje investigativo planteado y del proceso de revisión documental y del análisis crítico de los principales aportes teóricos vinculados al transhumanismo, la ética y la comunicación contemporánea, se elaboró una matriz epistémica de contenido (ver Cuadro 1). Esta matriz no cumple una función metodológica de interfaz ni pretende generar, en este ámbito, una nueva teoría integradora, sino que opera como un dispositivo analítico de sistematización del estado del arte revisado.

La matriz epistémica se construyó con el propósito de organizar, comparar y contrastar los enfoques de distintos autores relevantes en relación con las categorías centrales del ensayo: transhumanismo, comunicación mediada por tecnologías avanzadas, ética y responsabilidad comunicacional. A partir de esta organización, fue

posible identificar coincidencias conceptuales, divergencias teóricas y, especialmente, vacíos epistémicos que aún no han sido suficientemente abordados en la literatura especializada.

Desde un punto de vista metodológico, la matriz se estructura en columnas que permiten visualizar:

- la categoría analítica abordada,
- el autor o autores representativos de dicha categoría,
- los principales aportes conceptuales identificados en sus planteamientos, y
- los vacíos o tensiones teóricas que emergen en relación con la comunicación en contextos transhumanos.

Este ejercicio de sistematización evidencia que, si bien el transhumanismo ha sido ampliamente desarrollado desde perspectivas filosóficas y tecnocientíficas, y la ética de la comunicación cuenta con una sólida tradición normativa, existe una escasa articulación entre ambos campos cuando se analizan los procesos comunicativos mediados

por inteligencias artificiales y sistemas algorítmicos. En particular, se observa una limitada problematización de la responsabilidad comunicacional en escenarios donde la agencia se encuentra distribuida entre sujetos humanos y sistemas técnicos.

La matriz epistémica permite, además, identificar que muchos enfoques éticos continúan anclados en una concepción antropocéntrica del comunicador, lo que dificulta su aplicación en entornos donde los mensajes son producidos, filtrados o amplificados por infraestructuras tecnológicas poco transparentes. Esta constatación refuerza la necesidad de repensar la ética comunicacional desde una perspectiva estructural y relacional, capaz de dar cuenta de la

complejidad de los ecosistemas comunicativos contemporáneos.

Es importante subrayar que la matriz presentada constituye un resultado analítico del proceso de revisión teórica y no una interfaz metodológica en sentido estricto. La interfaz, entendida como el cruce dinámico entre marcos teóricos y momentos metodológicos para la generación de conocimiento novedoso, corresponde a una fase posterior del proceso investigativo, particularmente vinculada al desarrollo de subsiguientes investigaciones. En este ensayo, la matriz cumple la función de evidenciar críticamente el estado del conocimiento y de fundamentar las conclusiones que se derivan del análisis realizado.

Cuadro 1. Matriz epistémica de análisis teórico sobre ética, comunicación y transhumanismo

Categoría central	Autor de referencia	Aporte teórico principal	Vacío / tensión identificada
Ética	Floridi	Ética de la información; responsabilidad distribuida en la infosfera	Insuficiente desarrollo aplicado a la deontología comunicacional
Responsabilidad	Habermas	Condiciones de legitimidad comunicativa y racionalidad dialógica	Escasa consideración de mediaciones algorítmicas automatizadas

Comunicación	McLuhan	Los medios como extensiones del ser humano	Falta de articulación con IA y plataformas inteligentes
Transhumanismo	Bostrom	Integración humano-tecnología; riesgos éticos del mejoramiento	Poca atención al campo específico de la comunicación
Crítica tecnológica	Lukács	Riesgos de dominación y pérdida de autonomía	Enfoque más crítico que propositivo

Y. Aponte (2026)

El análisis de la matriz epistémica permite sostener que la comunicación contemporánea se encuentra en un punto de inflexión histórico, en el cual las categorías éticas tradicionales resultan insuficientes para explicar y orientar los procesos comunicativos mediados por tecnologías avanzadas. La aparición del transhumanismo como horizonte filosófico y tecnocientífico no solo redefine los límites del cuerpo y la cognición humana, sino que transforma profundamente las formas de producción, circulación y validación de los discursos sociales.

Desde esta perspectiva, la ética de la comunicación ya no puede comprenderse únicamente como un conjunto de normas aplicables al comportamiento individual del

comunicador. En los entornos digitales automatizados, la agencia comunicacional se encuentra distribuida entre sujetos humanos, sistemas algorítmicos, plataformas tecnológicas y lógicas de diseño que condicionan la visibilidad, jerarquización y alcance de los mensajes. Esta distribución de la agencia diluye las fronteras tradicionales de la responsabilidad profesional y plantea interrogantes éticos que no pueden resolverse desde enfoques antropocéntricos clásicos.

Los aportes de autores vinculados al transhumanismo, como Bostrom (2014), permiten comprender cómo la expansión de capacidades humanas mediante tecnologías inteligentes introduce escenarios de toma de decisiones delegadas a sistemas no

humanos. Sin embargo, estos enfoques tienden a centrarse en los riesgos existenciales y en las implicaciones macroéticas del desarrollo tecnológico, dejando en un segundo plano el análisis de los procesos comunicacionales cotidianos y de sus efectos simbólicos y sociales. Este vacío se hace particularmente visible cuando se examina el rol de la inteligencia artificial en la producción automatizada de contenidos, la moderación algorítmica del discurso y la personalización informativa.

Por su parte, las teorías clásicas de la ética comunicacional y de la responsabilidad social del comunicador, influenciadas por tradiciones normativas y humanistas, continúan privilegiando la figura del emisor consciente, racional y autónomo. Si bien estos marcos aportan principios fundamentales como la veracidad, la pluralidad y el compromiso con el bien común, resultan limitados para abordar contextos en los que la autoría es difusa, la trazabilidad del mensaje es fragmentaria y las decisiones comunicativas están inscritas en

arquitecturas tecnológicas poco transparentes.

En este sentido, la discusión teórica evidencia la necesidad de una relectura estructural de la responsabilidad comunicacional. Ya no se trata únicamente de evaluar los contenidos emitidos, sino de interrogar los entornos comunicativos en los que estos circulan: los criterios de diseño de las plataformas, los valores implícitos en los algoritmos, los modelos de gobernanza informativa y las asimetrías de poder que se reproducen en los ecosistemas digitales. La ética, por tanto, se desplaza del plano exclusivamente normativo hacia un plano relacional y sistémico.

Asimismo, el análisis revela que el transhumanismo, cuando es abordado únicamente desde una perspectiva tecnofílica o instrumental, corre el riesgo de invisibilizar las dimensiones simbólicas y comunicacionales de la experiencia humana. Frente a ello, este ensayo propone comprender el transhumanismo no solo como una promesa de ampliación de capacidades, sino como un campo de

tensiones éticas donde se negocian sentidos, valores y formas de convivencia mediadas por tecnologías inteligentes.

En fin, la ética comunicacional, lejos de perder relevancia en la era del transhumanismo, se vuelve más necesaria que nunca. Frente a escenarios de desinformación algorítmica, manipulación simbólica y desigualdad digital, la comunicación ética se configura como un espacio de resistencia, cuidado y rehumanización. Apostar por una comunicación simbiótica ética implica reconocer la interdependencia entre lo humano y lo técnico, sin renunciar a la centralidad de la dignidad, la justicia y la responsabilidad social. En esta tensión se juega no solo el futuro de la comunicación, sino también la calidad democrática de las sociedades contemporáneas.

Uno de los principales aportes de esta revisión teórica radica en evidenciar que los marcos éticos tradicionales, centrados en la figura del comunicador individual, resultan insuficientes para abordar escenarios en los que la agencia comunicacional es distribuida. En contextos

transhumanos, la responsabilidad no se limita al contenido producido, sino que se extiende al diseño de los sistemas, a los criterios de automatización, a las lógicas de visibilidad y a los valores inscritos en las plataformas tecnológicas. Esta constatación obliga a repensar la ética comunicacional desde una perspectiva estructural, sistémica y relacional.

Asimismo, el análisis de los enfoques transhumanistas pone de relieve una tensión significativa entre el entusiasmo por la ampliación de las capacidades humanas y la necesidad de preservar principios fundamentales como la dignidad, la justicia y la equidad comunicacional. Si bien autores como Bostrom (2014) ofrecen aportes relevantes para comprender los riesgos y alcances del desarrollo tecnológico, persiste un vacío en torno a las implicaciones simbólicas, discursivas y sociales de la automatización comunicativa. Este vacío constituye un espacio fértil para la reflexión crítica desde las ciencias de la comunicación.

En este sentido, el ensayo sostiene que la responsabilidad social

comunicacional debe reformularse más allá de una lógica normativa clásica, incorporando dimensiones como la ética del diseño, la gobernanza algorítmica y la corresponsabilidad entre actores humanos y no humanos. La comunicación se posiciona, así como un campo estratégico para mediar entre innovación tecnológica y valores democráticos, evitando que la automatización derive en exclusión, opacidad o pérdida de pluralidad discursiva. Por lo que abre un camino metodológico y teórico fértil para futuras investigaciones.

Referencias

- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
- Cortina, A. (2020). *Ética cosmopolita: Una apuesta por la cordura en tiempos de pandemia*. Paidós.
- Floridi, L. (2013). *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Habermas, J. (2001). *La inclusión del otro: Estudios de teoría política*. Paidós.
- Lukacs, M. (2022). *Neoentes: Tecnología, inteligencia artificial y la amenaza de lo humano*. Ediciones B.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano* (D. Albornoz, Trad.). Paidós. (Obra original publicada en 1964).
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
 [Consultado: 2026, enero 12]

DEL TRACTATUS A LA EPISTEMOLOGÍA PARA LA COMUNICACIÓN EN GERONTOLOGÍA.

AUTORA:

CÁSARES QUINTERO, BELEN

Resumen

Abordar el tema del Tractatus a la epistemología, implica una transición desde la filosofía del lenguaje y la lógica hacia la teoría del conocimiento, esto da sentido a la visión de Wittgenstein, cuando se centra en los límites de la lógica y el lenguaje; con esto, la epistemología se dedica a estudiar la naturaleza, origen y validez del conocimiento mismo aplicable a la gerontología. Por lo referido, reflexionar de forma crítica las 7 proposiciones del Tractatus Logico-Philosophicus de Ludwig Wittgenstein presentado en 1922, como una forma para entender sus implicaciones en el lenguaje y como desde aquí, se puede pasar a la epistemología de la comunicación para la gerontología. Los resultados dan cuenta que, la integración de la filosofía del lenguaje desde el Tractatus, la epistemología y la comunicación en la gerontología es posible cuando se considera la visión transversal del lenguaje en cada una de ellas, posibilitando con ello, su entendido en el proceso de relaciones comunicacionales. Metodológicamente se usa el tipo de investigación documental de los temas enunciados, por tanto, se hacen reflexiones que los relacionen.

Palabras clave: Tractatus, comunicación, gerontología, lenguaje.

Abstract

Addressing the Tractatus Logico-Philosophicus within epistemology implies a transition from the philosophy of language and logic to the theory of knowledge. This gives meaning to Wittgenstein's vision, which focuses on the limits of logic and language. Epistemology, therefore, is dedicated to studying the nature, origin, and validity of knowledge itself, as applicable to gerontology. Thus, critically reflecting on the seven propositions of Ludwig Wittgenstein's Tractatus Logico-

Philosophicus, presented in 1922, is a way to understand its implications for language and how, from here, one can move to the epistemology of communication for gerontology. The results show that integrating the philosophy of language from the Tractatus, epistemology, and communication within gerontology is possible when considering the cross-cutting view of language in each of these disciplines, thereby enabling its understanding within the process of communicative relationships. Methodologically, the type of documentary research is used for the stated topics; therefore, reflections are made that relate them.

Keywords: Tractatus, communication, gerontology, language.

INTRODUCCIÓN.

A modo de introducción, considero necesario mirar el escenario comunicacional donde el acercamiento a la realidad de la gerontología en el estudio del envejecimiento, pueda ser planeado desde una visión filosófica. Por eso, aun cuando el problema se suscita en que, parece no existir relación declarada entre el Tractatus de Ludwig Wittgenstein y la Gerontología, lo que desde la experiencia si he podido observar como la obra filosófica sobre lógica y el lenguaje el primero, ofrece aportes al entendido del lenguaje con que se comprende la comunicación en la Gerontología al pronunciar el tratado de esta ciencia.

Lo que se pretende es entender como desde este documento, se logra trazar los límites del lenguaje y el pensamiento y, como esto, puede ser interpretado en la gerontología como ciencia del envejecimiento humano. Al utilizar la obra de Tractatus como bucle para su entendimiento del lenguaje gerontológico se pretende evitar los problemas filosóficos que

surgen de malentendidos de la lógica del lenguaje, proponiendo entonces que la estructura del lenguaje representa la estructura de la realidad.

Sobre esto, el estudio de la comunicación es vital en la gerontología, más aún, cuando no existe un tractatus específico sobre esta ciencia. Sabiendo que son dos campos de conocimiento completamente distintos, este ensayo se justifica entendiendo, que no existe la conexión directa entre sí, sin embargo, el ensayo se justifica en un planteamiento concreto, partiendo de que la experiencia me permitido reconocer que, si puede existir.

El tractatus nos muestra la filosofía del lenguaje como la rama de la filosofía que lo estudia en sus aspectos más generales y fundamentales, como la naturaleza del significado y de la referencia, la relación entre el lenguaje, el pensamiento y el mundo, el uso del lenguaje (o pragmática), la interpretación, la traducción y los límites (Acero, 1985).

Es desde esta definición que, este ensayo tiene como propósito, reflexionar de forma crítica las 7 proposiciones del *Tractatus Logico-Philosophicus* de Ludwig Wittgenstein presentado en 1922, como una forma para entender sus implicaciones en el lenguaje y como desde aquí, se puede pasar a la epistemología de la comunicación para la gerontología.

Para lograr esto, inicialmente hago un abordaje teórico de las 7 proposiciones del *Tractatus Logico-Philosophicus* de Ludwig Wittgenstein haciendo reflexiones sobre las mismas, y luego presento una significación de la epistemología en las ciencias de la comunicación para luego cerrar con la epistemología y comunicación en la Gerontología, todo esto, haciendo uno de la revisión documental.

En base a lo referido, es preciso dejar claro el sentido particular cómo el concepto de lenguaje en el *Tractatus* en la imagen o representación de la realidad del estudio de la gerontología, es concebido como la estructura lógica del lenguaje de forma paralela a la estructura lógica del mundo en este caso del

envejecimiento como objetivo de estudio de la gerontología. De allí que, las proposiciones dichas por el teórico, vienen a ser imágenes lógicas o bien, representaciones de ese lenguaje en los hechos de ese mundo

Al relacionarlo con los problemas comunicacionales asociados a la gerontología especialmente hacia lo epistemológico, el lenguaje se convierte en una representación pictórica de la realidad, donde las proposiciones planteadas por el teórico del *tractatus* hace ver como verdaderas o falsas y corresponden a estados de cosas del mundo que rodea la gerontología, sin embargo, lo que no puede ser expresado en el lenguaje, desde la atención de quien vivencia en pleno el envejecimiento como son, las personas adultas mayores, así, los discursos socio institucionales sobre el envejecimiento y la vejez desde lo comunicacional, pasa a ser entendido desde la voz campante de quien lo vive, así, la proposición “De lo que no se puede hablar, hay que callar” (proposición 7) estará favoreciendo el propio sentido de entendimiento en la

epistemología de la comunicación en esta gerontología.

DESARROLLO

Las 7 proposiciones del Tractatus Logico-Philosophicus de Ludwig Wittgenstein.

Para desarrollar, este ensayo inicio por referir que, Tractatus significa en latín "tratado", de allí que Ludwig Wittgenstein, propone en el Tractatus Logico-Philosophicus como la posibilidad del pensamiento y del ejercicio filosófico, hecho que constituye dos caras de una moneda. Por un lado, entendiendo un lenguaje que permite ejercer el pensamiento y, por otro lado, condena indefectiblemente a las interferencias y los errores que le son propios.

A este respeto, Wittgenstein trata de establecer un giro a su pensamiento y deja de creer que el lenguaje, tiene una estructura fija que refleja la estructura de la realidad, pasando a entender el lenguaje como algo fluido y en constante cambio en función de la interacción con el mundo. Por eso, en 1975 como parte del pensamiento del siglo XX, impuso la denominada

"revolución lingüística" en filosofía. Esta idea fue para Wittgenstein su principal preocupación, para investigar la esencia del lenguaje en cuanto a su función y su estructura. Con esto, la función del lenguaje es entendida como representación y descripción del mundo, y la estructura será aquella revelada por la lógica.

Para eso, se cita como documento principal en este ensayo a Wittgenstein (1975), y entre los estudiosos de este teórico, están Padilla (2004), Márquez (2005) y Karam (2007) los cuales también se toman para analizar de forma crítica las 7 proposiciones que son:

Proposición 1: "El mundo es todo lo que acaece", para el autor esto significa que todo lo que sucede puede ser expresado con el lenguaje, aquí se visibiliza una idea donde es humanamente imposible, captar inmediatamente la lógica del lenguaje, ya que el lenguaje disfraza el pensamiento. Esta idea, nos lleva a confirmar que, para Wittgenstein, los hechos en el espacio lógico son el mundo, y si, el mundo es lo que acaece, entonces, lo que acaece, el hecho, es la existencia de los hechos

atómicos según él. Realmente, el mundo está hecho como consecuencia del pensar y del nombrar, esto último se engrana con la segunda proposición que sigue.

En el campo de la gerontología, esta proposición es vista desde el mundo del envejecimiento que incluye el contexto, la sociedad, las limitaciones físicas y las oportunidades que se presentan en el curso de vida como un todo; no solo como el estudio del objeto sino en la totalidad de los hechos, experiencias y cambios los cuales ocurren en la vejez y por ende, le atañe a la experiencia del envejecer, no solo el hecho de vida.

Proposición 2: “Lo que acaece, el hecho, es la existencia de los hechos atómicos”. Con esto, podemos entender que, las proposiciones elementales vienen a ser retratos lógicos de los hechos atómicos, que son la clase básica de hechos que no admiten un análisis posterior y todas las proposiciones complejas son funciones de verdad de las elementales.

En términos reales, es lo mismo que la descripción de un objeto lo describe según sus propiedades

externas, así la proposición describe la realidad según sus propiedades internas. De modo concreto, la proposición construye un mundo con la ayuda de un armazón lógico como lo plantea el autor; por ello, es posible ver en la proposición, en todo caso, si es verdadera, en el aspecto lógico de la realidad.

Desde esta proposición, se entiende que la gerontología, no implica solo la comprensión de la vejez como un concepto abstracto, sino también, como la suma de hechos concretos e independientes, entre los cuales se cuentan las particularidades de la persona que envejece, su modo de comunicarse, lo que significa para él, la vida y su propio envejecer. Es una descomposición de la realidad de envejecer pero visto desde esta intención de comunicación que es menester este artículo.

Proposición 3: “La figura lógica de los hechos es un pensamiento”, con esta proposición, conocemos la estructura de uno de ellos si conocemos la del otro. Y puesto que la lógica nos revela la estructura del lenguaje, nos debe revelar también la estructura del mundo. Queda bastante claro, el

orden de procedimiento de Wittgenstein para ir de la naturaleza de la lógica, porque explora la naturaleza de todas las cosas siendo que el signo proposicional aplicado, pensado, es el pensamiento, a la naturaleza del lenguaje, y de aquí a la naturaleza del mundo puesto que el pensamiento es la proposición con significado y la totalidad de las proposiciones es el lenguaje en sí.

Con esto, la coexistencia entre nombre y objeto nombrado o designado se comprende en la medida en que nosotros nos hacemos figuras de los hechos, porque, esta representa los estados de cosas en el espacio lógico, la existencia y no-existencia de los hechos atómicos. Entonces, la figura es un modelo de la realidad concretamente.

Entendida esta proposición desde la gerontología, tomando en cuenta la mirada de Wittgenstein, implica que el pensamiento estructura la realidad (hechos) de manera ordenada y coherente, creando modelos mentales que representan el mundo de quien envejece y se comunica. Concretamente, en gerontología

significa organizar los hechos que le son inherentes a nivel biológicos, psicológico y social del envejecimiento en conceptos lógicos que permiten comprender y gestionar la realidad del adulto mayor en su proceso comunicacional.

Proposición 4: “El pensamiento es la proposición con significado”, en esta idea, el autor confiere a la proposición como un modelo de la realidad tal como la pensamos, en las preguntas formuladas la preocupación primaria de Wittgenstein es saber cómo se relacionan las proposiciones con el mundo y cómo se relacionan las proposiciones entre sí.

Queda bastante claro, como he venido planteando, el orden de procedimiento de Wittgenstein implica, ir de la naturaleza de la lógica porque explora la naturaleza de todas las cosas, haciendo que esto se convierta en el signo proposicional aplicado, pero también pensado; este pensamiento da sentido a la naturaleza del lenguaje, y de allí a la naturaleza del mundo puesto que el pensamiento es la proposición con significado y la

totalidad de las proposiciones es el lenguaje.

Esto se encuentra de manera analógica a la naturaleza de las proposiciones del lenguaje formal, es decir, aquel lenguaje que hace posible pensar en el objeto lógico del pensamiento; el mundo se estructura y se corresponde al pensamiento. Dicha idea, se confirma en la proposición de que “el mundo es todo lo que es el caso”.

Para la gerontología en la comunicación, esta visión subraya que las ideas ya sean pensamientos y presunciones, de forma organizadas con significado es decir con proposiciones en sí, determinan cómo la persona vive, interpreta y se adapta a sus cambios, envejecimiento o discapacidades, razón que hace pensar en la gerontología, una proposición como esta, adquiere significado porque es la parte de la interpretación consciente y organizada que el envejeciente hace de su realidad, lo que le permite mantener su autonomía y adaptación del entorno.

Proposición 5: “La proposición es un valor de verdad de la proposición

elemental”. El autor presenta la proposición elemental como una función de verdad de sí misma. Aquí, otro rasgo importante en Wittgenstein es precisamente, su concepción de la verdad vinculada con su teoría del lenguaje. Enlazando con la proposición 2, si una proposición elemental se corresponde con el hecho atómico que describe, es verdadera; si no, es falsa. Ante lo descrito, la verdad indicativa de las proposiciones de la ciencia natural es de naturaleza formal y analítica y, en consecuencia, produce una reiteración de sus validaciones inductivas. Son verdades tautológicas dichas, a través de una estructura de lenguaje analógico y descriptivo.

En base a esta proposición, la gerontología se entiende compuesta en la evaluación general de la situación del adulto mayor, siendo por tanto, el valor de su verdad final aquella que depende estrictamente de la comprobación biopsicosocial de su envejecer donde cada uno de sus componentes incide en la comunicación en su ciclo de vida.

Proposición 6: “La forma general de una función de verdad es $[-p, \neg N(-$

î]]”, esta es la forma general de la proposición y, es para él, un nombre que sólo significa un elemento de la realidad. Así, mediante una el mundo, debido a que la realidad empírica está limitada por la totalidad de los objetos.

Ahora, se esclarece cómo está constituido el mundo, es decir, está constituido por objetos reunidos de forma tal que formen hechos atómicos que, a su vez, forman hechos de cualquier complejidad. Es obvio que todos ellos, objetos, hechos atómicos y hechos, tienen su contra partida lingüística, es decir, el hombre, proposición elemental y proposición.

Para la gerontología, dar una mirada desde esta proposición, hace reconocer cualquier afirmación verdadera o falsa que depende totalmente de los valores de verdad de sus componentes básicos unidos por conectores lógicos. Así, la gerontología en esencia, descubre el lenguaje lógico de envejecer, y es capaz de desglosar cualquier afirmación compleja en sus verdades atómicas elementales para determinar su validez, incluyendo

construcción a priori del lenguaje, Wittgenstein propone una ontología en la medida que los objetos formen la substancia d estereotipos y mitos que le pueden circundar.

Proposición 7: “De lo que no se puede hablar, mejor es callarse”. Esta proposición, dice que el sentido del mundo debe quedar fuera del mundo. En el mundo todo es como es y sucede como sucede, en él no existe ningún valor, pero todo lo que ocurre y todo lo que es el caso es accidental, entonces debe quedar fuera el mundo. Por lo tanto, es imposible que existan, por ejemplo, proposiciones éticas, puesto que las proposiciones no pueden expresar nada, de la voluntad como sujeto de la ética no se puede hablar.

En síntesis, sólo podemos decir cosas con sentido dentro de los límites del lenguaje, en esto, se dan intentos de decir algo acerca del límite del lenguaje en las proposiciones sin sentido, e intentos de decir algo acerca de lo que hay al otro lado del límite del lenguaje en las proposiciones carentes de significado. De lo que no se puede

hablar, es mejor callarse, es decir, guardar silencio. El carácter sintético de este enunciado con que Wittgenstein concluye el Tractatus, nos manifiesta expresamente lo que debe ser la función de la filosofía, según su opinión, el objeto de la filosofía es la aclaración lógica del pensamiento, una obra filosófica consiste esencialmente en elucidaciones.

El resultado de la filosofía no son proposiciones filosóficas, sino el esclarecimiento de las proposiciones. Así la filosofía debe esclarecer y limitar con precisión los pensamientos que de otro modo serían por así decir, opacos y confusos; debe delimitar lo pensable y con ello lo impensable. Debe delimitar lo impensable desde dentro de lo pensable. Significará lo indecible presentando claramente o decible.

El entendido de esta proposición con la gerontología, se puede traducir en mirar la vejez como una etapa de aceptación de los límites del lenguaje, pero también de la sabiduría del silencio ante lo inefable enunciado a través de la muerte, el sentido de la vida, el pasado entre otros. Con esto,

se representa la paz al dejar de intentar racionalizar lo absoluto y por tanto, una forma de sabiduría superior ante los misterios finales de la existencia humana.

Significación de la epistemología en las ciencias de la comunicación.

Hablar de epistemología desde su significado como término, nos invita a pensar en su origen, aun cuando Padrón (2014) señale que, el mismo no está claramente definido. Frente a esto, el propósito de esta minuta es hacer reflexiones acerca del término epistemología desde las ideas de Padrón (2014), Moreno (2008) y Habermas (1992) para generar una concepción a tono con las ciencias de la comunicación. Dicho esto, reflexionar sobre el término epistemología implica conocer el camino de las investigaciones sobre el conocimiento, por eso en esta minuta haré reflexiones sobre tales autores evitando limitarme a la cita.

Atendiendo a los autores referidos, la epistemología tiene un origen etimológico del griego logos, es decir, el estudio del conocimiento o la teoría

del saber, es realmente una rama de la filosofía para el estudio del conocimiento científico, usado desde las distintas áreas por como la psicología, antropología, sociología entre otros. Por esta razón, en epistemología el conocimiento científico es parte del saber y el hacer de un investigador, quien debe estar directamente relacionado con el conocimiento, de allí, el carácter de metaciencia que tiene la epistemología justificando su razón de ser, como válida para la producción de teorías.

Entonces, para concebir la epistemología desde un transitar histórico vale pensar en la antigüedad, donde Platón, Aristóteles y Sócrates tienen la mirada enmarcada en las experiencias de la realidad de aquello que les rodeaba. Ya en la edad media, Agustín de Hipona y Tomás de Aquino desarrollan una visión cristiana del conocimiento, mientras que René Descartes y Francis Bacon en el renacimiento, nos acercan a la observación y experimentación de esa realidad para la emergencia del conocimiento. Pero fue Immanuel

Kant quien introduce el criticismo acercándonos al entendimiento de la mente humana relacionada con las estructuras que les rodea.

Ya acercándonos al siglo XIX, Augusto Comte con James William nos enseñan el primero lo concerniente al positivismo como posibilidad para generar conocimiento válido desde la objetividad, mientras el segundo nos adentra a una realidad práctica. Por el siglo XX Husserl, Wittgenstein y Popper nos posicionan por un lado de la fenomenología introduciendo la lengua desde un vocabulario científico del significado y, Popper con el falsacionismo nos ubica en la necesidad de falsear el conocimiento. Pero en el presente Tomás Khun nos adentra al término de paradigma como posibilidad de entender las realidades para el conocimiento científico desde su razón epistemológica.

Con lo anterior, el camino filosófico de la epistemología no acaba. Por eso en la postura de Padrón, se visibilizan varios niveles desde el punto de vista teórico, nos adentran el término en pleno. De allí que,

refería al inicio una epistemología desde el sentido confiable del conocimiento, dando paso a la relación de la persona con el conocimiento. Por eso, hablar del conocimiento como parte de su razón más gnoseológica, nos remonta al círculo de Viena cuando hizo presencia la epistemología como actividad intelectual producto del análisis de las realidades del objeto.

De allí, la epistemología se abrió paso posteriormente a corrientes de pensamiento como empirismo, racionalismo, idealismo, realismo, escepticismo, objetivismo, subjetivismo entre otros. Estas corrientes devienen del entendido epistemológico de la realidad en tres estilos de pensamiento como el deductivo-racional, inductivo-sensorial y vivencial-experiencial. Estas tres formas o estilos, se encuentran de forma íntima en esa relación sujeto-objeto con la realidad, de allí, la naturaleza del conocimiento posibilitada de forma deductiva, inductiva o experiencial.

Dando mayor sentido a la epistemología, parto de su concepción centrada en el sujeto

cuya relación con el objeto da cuenta de la ocurrencia de los hechos relacionados entre sí. De ahí entonces, reconozco la relación que tiene el sujeto con el objeto como primer elemento, sobre todo, cuando estos tres estilos de pensamiento posibilitan la teoría del conocimiento científico y nos hacen entender la epistemología como un estudio y, que ese estudio, es del conocimiento y, que ese conocimiento, es lo que nosotros llamamos posteriormente conocimiento científico.

Aquí es pertinente recobrar a Popper con el proceso falsable, donde los hechos que ocurren en la epistemología, nos dan cuenta de que toda teoría es objeto de ser interpelada. A este nivel podemos pensar que la epistemología se reserva no solo hacia la generación del conocimiento desde la relación sujeto objeto sino también, desde el reconocimiento de los factores socio históricos contextuales culturales psicológicos que atienden la realidad o el mundo circundante de ese objeto del conocimiento. Con esto, el conocimiento científico se convierte en el segundo elemento de esta

epistemología, en mi criterio, planteado en una concepción de reflexión profunda desde los estilos de pensamiento con base en la relación con los factores circundantes al objeto de estudio.

En base a esto último, en la relación de la epistemología con las ciencias de la comunicación me permito referenciar a Jüger Habermas (1992), en su teoría sobre la acción comunicativa porque nos acerca a la interacción que tiene el proceso comunicativo entre el sujeto y el objeto, de allí que el carácter simbólico de esa interacción para construir los elementos iniciales de esa epistemología. Entendiendo que, emerge desde las ideas de Mead, cuya interacción mediada por los gestos, ante la reacción en su proceso de interacción. Pero ha sido precisamente Habermas quién introduce de forma creativa la emergencia del conocimiento desde una base de la acción o del accionar crítico por medio de la interacción.

De allí que, la teoría de la acción comunicativa que presento de referencia, es una alternativa para la epistemología de la ciencia

convirtiéndose, en la relación de la sociedad en su proceso comunicativo, pero desde una forma crítica en torno a los significados símbolos y signos del que comunica, donde la razón discursiva es el tercer elemento de la epistemología. En concreto, la epistemología en el ámbito de las ciencias de la comunicación, emerge desde la triada relación sujeto objeto, el entendimiento del pensamiento que posibilita la generación de conocimiento y los factores circundantes al objeto de estudio en su accionar comunicativo.

Llevando esta comprensión a la comunicación y redes sociales con los adultos mayores, implica tratar los límites del mundo del Tractatus, en la premisa de Wittgenstein entendiendo que "los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo", así, se aplica al aprender tecnología en las personas adultas mayores en especial si existe una brecha generacional digital al respecto. Para eso, es necesario superar dicha brecha digital y aprender a usar redes sociales amplía el mundo de los

adultos mayores, superando el aislamiento físico.

Por lo tanto, aprender a usar redes sociales para estos adultos mayores como parte del centro de estudio de la gerontología, representa una expansión de su realidad, alineándose con la necesidad de mantener la interacción y el aprendizaje activo en la vejez. Con las redes sociales, se pueden estructurar sus relaciones sociales, conectando con familiares y amigos, lo que da sentido y bienestar emocional; el uso de redes y hasta juegos digitales permite estimular la memoria y la resolución de problemas, previniendo posibles enfermedades y fomentando la actividad mental especialmente.

La Epistemología y Comunicación en la Gerontología.

Engranando todo lo descrito hasta aquí, la epistemología en las ciencias de la comunicación para la gerontología, es preciso reflexionar sobre cómo se genera y valida el conocimiento acerca del envejecimiento, para eso, es

necesario utilizar teorías y métodos de la comunicación, la sociología, la psicología y la biología, atendiendo al hecho que la gerontología estudia este envejecimiento a nivel biopsicosocial. De igual modo, implica analizar cómo se comunican los mensajes sobre la vejez, cómo se construye la percepción de las personas mayores y cómo los medios y la tecnología influyen en estas ideas. En esto, la gerontología se convierte en la oportunidad de integrar conocimientos de diversas áreas como ya se ha visto, y la epistemología de la comunicación, aporta el marco para entender la transmisión y validación de esos saberes.

Por esta razón, es necesario reconocer el papel que juega la comunicación en la gerontología en medio de las relaciones humanas; sobre todo, en escenarios emergentes, que se enfrenten problemas y dificultades, a fin de innovar en su hacer diario de la formación profesional. Lo esencial es, desarrollar procesos de orden flexible, autónomo, equilibrado y comunicativo óptimo con un sentido

humano en la gerencia, reconociendo que la comunicación, no es solo una forma de interactuar con el otro, sino, un mecanismo de innovación y desarrollo en organizaciones particularmente educativas especialmente, en la formación de profesionales de gerontología.

En este punto, vale referir que, la gerontología es una ciencia humana descrita por Laforest (1991,p.9) como aquella que “ha nacido y se desarrolla como una respuesta colectiva de cara al fenómeno del envejecimiento humano y por ende poblacional”, esta ciencia propicia la oportunidad para comprender los esquemas de innovación en pro del bienestar y calidad de vida de las personas en este contexto.

De un modo más conceptual, y sobre todo para dar una mejor idea de la Gerontología. El término Gerontología, comienza a utilizarse a inicios del año 1901, para referirse a todas las implicaciones biopsicosociales del proceso de envejecimiento en el individuo. Como saber científico es sumamente joven y aparece en el año 1903 de la mano

de Elías Metschnikoff, biólogo ruso discípulo de Pasteur, quien la definió como la ciencia que estudia el envejecimiento en sus aspectos biológico, psicológico y social como ciencia pura, básica o académica (Reyes, 2003:1).

Hay que declarar que, la gerontología la desarrolla el gerontólogo como el profesional capacitado para desarrollar las acciones necesarias que generen ese estudio del envejecimiento humano a nivel biológico, psicológico y social de cara a la promoción de una calidad de vida activa y saludable.

CONCLUSIÓN

A modo de conclusión, puedo referir que, Wittgenstein constituye una referencia que nos ofrece diversas formas de entender el lenguaje desde la realidad y a través de preposiciones, y en nuestro caso, nos permite llevarlos a una idea de la comunicación, que va de la mano de su utilidad, para conocer que, el lenguaje no se puede desprender de aquello que sus usuarios hacen con

él. Sino más bien, entender una comunicación que puede derivarse de aquello común de la cotidianidad en sí, siendo entendido más en la forma de la proposición, que de la forma de su uso.

En concreto, tomar en cuenta las proposiciones del autor para la comunicación, pasa por caminar en los códigos para designar la forma de vida, mediada por los usos y sus formas lógicas, pero, sobre todo, cuando se trata de la significación del contexto, como elemento mediador en las formas de lenguaje que los distinguen de un contexto a otro.

Cumpliendo con el propósito del ensayo, vale reflexionar acerca de la conexión que se pudo establecer entre la filosofía del Tractatus de Wittgenstein y la gerontología. Mientras el Tractatus se enfoca en la filosofía del lenguaje y los límites que la componen, la gerontología se aboca al estudio del envejecimiento humano en sus aspectos biológicos, psicológicos y sociales. Entre estas, se establece una conexión en la comunicación mediante el lenguaje lo cual contrasta con las relaciones humanas como razón que se orienta

en darle sentido, queda visto en contraste con Ludwig Wittgenstein lo que él resume cuando dice: "Los límites de mi lenguaje son los límites de mi mundo", aquí, para un adulto mayor en el estudio de la gerontología, permanecer invisible o subestimado denota un lenguaje que no solo ayuda a describir su realidad, sino que la descubre a verla.

De forma muy particular, estas reflexiones conectan la gerontología y el Tractatus de forma clara desde las proposiciones especialmente, pues, al mirar al que envejece en lo biológico hace recordar la capacidad innata para hablar o más bien comunicar, como se psicológico imprime un lenguaje propio al pensamiento y en lo social, recuerda que no hay seres aislados sino relacionados con el entorno y las personas que le rodean.

Referencias consultadas

- Acero, J.J. (1985). Filosofía y análisis del lenguaje, Cincel, México.
- Habermas (1992). Teoría de la acción comunicativa II. Crítica de la razón funcionalista. Editorial Taurus. España.

Karam, Tanius (2007). Lenguaje y Comunicación en Wittgenstein Razón y Palabra, núm. 57, junio-julio, 2007 Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador

Laforest, J (1991). Introducción a la gerontología, el arte de envejecer. Herder. Barcelona.

Márquez-Fernández, Álvaro B. Wittgenstein (2005). Lenguaje, silencio y filosofía (en el Tractatus logico-philosophicus) Revista de Artes y Humanidades UNICA, vol. 6, núm. 12, enero-abril, 2005, pp. 153-166 Universidad Católica Cecilio Acosta Maracaibo, Venezuela

Moreno (2008) Crisis y evolución actual de la epistemología. Revista Scielo. vol. 5 no. 9 Medellín. July/Dec. 2008. Disponible en URL: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-58872008000200008#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20contempor%C3%A1neos%2C%20la%20Epistemolog%C3%ADa,cr%C3%ADtica%20sobre%20esos%20aspectos%20normativo

S

Padilla Gálvez, Jesús (2004) Reseña de "Tractatus logico-philosophicus" de Ludwig Wittgenstein Diánoia, vol. XLIX, núm. 52, mayo, 2004, pp. 173-179 Universidad Nacional Autónoma de México Distrito Federal, México

Padrón (2014) Epistemología en DVD, La Universidad del Zulia, 2014. Documento disponible en URL: <https://www.studocu.com/latam/document/universidad-nacional-experimental-romulo-gallegos/tecnicas-de-estudio/que-es-la-epistemologia/97045565>

Reyes, L. (2003). Investigación gerontológica y políticas sociales de atención al adulto mayor en Venezuela. Tesis doctoral en investigación. Universidad Rafael Belloso. Zulia Venezuela.

Wittgenstein, Ludwig (1975) Tractatus Logico-Philosophicus, 14ed. Madrid. Alianza Universidad [1a ed. 1929]

DE LA INTERACCIÓN COMUNICATIVA A LA COCREACIÓN DE SABERES EN ENTORNOS VIRTUALES DE FORMACIÓN UNIVERSITARIA: UNA LECTURA DESDE HABERMAS Y CASTELLS.

AUTORA:

SÁNCHEZ STEKMAN, LORENA YOCELYN

Resumen

Este ensayo analiza, desde las perspectivas de Jürgen Habermas y Manuel Castells, cómo las condiciones de la comunicación en entornos virtuales de formación universitaria configuran procesos de cocreación de saberes. Se examinan mecanismos de acción comunicativa, poder y legitimidad (Habermas) junto con las dinámicas de redes, poder y sostenibilidad de la información en la era de la conectividad (Castells). Se incorporan aportes de Sherry Turkle, Susan Herring y David Crystal para problematizar la performatividad de la conversación digital, los hábitos de interacción y las prácticas de escritura y lectura en plataformas virtuales. Metodológicamente, el texto adopta un marco teórico-analítico crítico, con lectura interpretativa de literatura relevante. Los resultados señalan que la cocreación de saberes emerge cuando se favorece la construcción participativa del significado, la reflexividad, y la transparencia en la comunicación, superando sesgos de poder y fragmentación informativa. Concluye proponiendo principios para el diseño pedagógico y la gobernanza de entornos formativos digitales que fomenten condiciones de “acción comunicativa” y organización en red.

Palabras clave: Interacción comunicativa, cocreación de saberes, entornos virtuales de formación universitaria.

Abstract

This essay analyzes, from the perspectives of Jürgen Habermas and Manuel Castells, how the conditions of communication in virtual university learning environments shape processes of knowledge co-creation. It examines mechanisms of communicative action, power, and legitimacy (Habermas) alongside the dynamics of networks, power, and information sustainability in the connectivity era (Castells). Contributions from Sherry Turkle, Susan Herring, and David Crystal are incorporated to problematize the performativity of digital conversation, interaction habits, and the practices of writing and reading on virtual platforms. Methodologically, the text adopts a critical theoretical-analytical framework, with an interpretive reading of relevant literature and illustrative examples from virtual university contexts. The findings indicate that knowledge co-creation emerges when participatory meaning-making, reflexivity, and transparency in communication are fostered, thereby overcoming power biases and informational fragmentation. The conclusion proposes principles for the pedagogical design and governance of digital formative environments that promote conditions of “communicative action” and networked organization.

Keywords: Communicative interaction, co-creation of knowledge, virtual university learning environments.

INTRODUCCIÓN

La educación superior atraviesa una fase de intensificación de la mediación tecnológica, en la que la interacción entre estudiantes y docentes se desplaza cada vez más hacia plataformas digitales, foros, wikis y herramientas colaborativas. Este desplazamiento no es meramente instrumental: reconfigura prácticas de aprendizaje, producción de conocimiento y configuraciones de poder dentro del aula y a lo largo de la comunidad académica. Sin una lectura crítica, modelar estas prácticas podría derivar en la instrumentalización de la conversación, la multiplicación de voces silenciadas y la fragmentación del saber. En este marco, la interacción comunicativa deja de ser un simple canal de transmisión para convertirse en un corpus práctico mediante el cual se negocian significados, se legitiman posiciones y se co-construyen saberes en escenarios de aprendizaje sociotécnico.

Este ensayo propone leer, desde dos marcos teóricos fundamentales, la

transformación de la interacción comunicativa en procesos de cocreación de saberes en entornos virtuales de formación universitaria. Jürgen Habermas (1981, 1984) ofrece un marco normativo y procedimental centrado en la acción comunicativa: un ideal de legitimación en el que el consenso se alcanza por argumentación racional libre de coacciones y por la inclusión de todas las voces afectadas. En su análisis, la distinción entre el sistema y el lifeworld (mundo de la vida) ilumina las tensiones entre estructuras institucionales y prácticas cotidianas de la comunicación, sugiriendo condiciones óptimas para la deliberación pública y educativa.

En paralelo, Manuel Castells (1996, 1999) aporta una teoría de la sociedad en red, enfatizando la centralidad de los flujos de información y la capacidad de las tecnologías de la comunicación para reconfigurar el poder y la producción de conocimiento. Castells subraya que la economía basada en el conocimiento se articula a través de redes dinámicas y descentralizadas,

donde el acceso, la alfabetización informacional y la transparencia de procesos se vuelven condiciones para la participación efectiva en comunidades de aprendizaje.

A medida que las plataformas digitales median la interacción educativa, emergen preguntas sobre la calidad de la conversación y la posibilidad de cocreación de saberes. En este punto, las aportaciones críticas de Sherry Turkle (2011) señalan la ambivalencia de la tecnología: facilita conexiones, pero puede disminuir la profundidad de la conversación, la empatía y la presencia afectiva en la interacción digital. Estas notas cautelosas enfatizan la necesidad de diseñar prácticas pedagógicas que promuevan la reflexión, la pausa y la conversación sostenida, incluso en entornos asíncronos.

Por su parte, Herring (1999) añade una mirada analítica a las prácticas de escritura y conversación en sistemas de comunicación computarizada, destacando la importancia de la alfabetización mediática, la gestión de identidades y la claridad discursiva para lograr

cohesión y aprendizaje colaborativo en comunidades multilocales y multiactores. Crystal (2006) aporta, desde la lingüística del uso, observaciones sobre la adaptabilidad del lenguaje en plataformas digitales, con implicaciones para la lectura crítica, la escritura y la construcción de significado en contextos de interacción en red.

La integración de estos enfoques permite articular una visión crítica y propositiva sobre cómo diseñar entornos de formación que favorezcan la cocreación de saberes como resultado de una interacción comunicativa efectiva, inclusiva y reflexiva. En particular, este trabajo sostiene que la cocreación de saberes se potencia cuando las prácticas de interacción facilitan la deliberación racional y la participación amplia (Habermas, 1981, 1984), cuando las redes de información y el acceso equitativo se articulan con la gobernanza distribuida (Castells, 1996, 1999), y cuando se desarrollan estrategias pedagógicas que mitigan riesgos de superficialidad, promoviendo lectura crítica, escritura argumentativa y comunicación

consciente de identidades en entornos digitales (Turkle, 2011; Herring, 1999; Crystal, 2006). Con ello, el artículo propone principios para el diseño pedagógico y la gobernanza de entornos formativos digitales que sostengan la acción comunicativa y la organización en red como motores de aprendizaje colaborativo y conocimiento compartido.

DESARROLLO

Enfoque general

La base discursiva de este ensayo parte de una revisión crítica e integrada de teorías clave que operan en dos frentes complementarios: lo normativo y lo sociotécnico. Por una parte, las teorías normativas permiten entender qué condiciones deben regirse para que la deliberación en entornos digitales sea legítima, equitativa y abierta a la crítica. Por otra, los enfoques sociotécnicos desentrañan cómo las tecnologías (plataformas, algoritmos, políticas institucionales) configuran dinámicas de poder, distribución de recursos y flujos de información dentro de

comunidades de aprendizaje. Juntas, estas perspectivas ofrecen un marco robusto para explicar cuándo y cómo la interacción digital facilita la cocreación de saberes y, a la vez, qué implica ese proceso para el diseño pedagógico y la gobernanza tecnológica.

Este apartado no propone datos empíricos nuevos; su función es, más bien, articular conceptos, criterios de análisis y preguntas guía que sustenten el desarrollo subsecuente del ensayo. El objetivo es mostrar, de forma clara y argumentativa, que la cocreación de saberes en entornos virtuales no es un resultado automático de la conectividad, sino un estado deseable que depende de condiciones de legitimidad, calidad argumentativa y estructuras organizativas que fomenten la participación efectiva. Así, el marco general establece el terreno común a partir del cual se pueden contrastar, en los siguientes apartados, figuras como Habermas y Castells, y explorar su relevancia para el diseño pedagógico y la gobernanza de plataformas en la educación superior en red.

Habermas: acción comunicativa, legitimación y condiciones de deliberación

La propuesta de Habermas centra la comprensión colectiva en la idea de que el conocimiento y el consenso no surgen de la imposición, sino de una argumentación racional que se cía o contraargumentos. Este enfoque no reduce la deliberación a la mera agregación de voces; la transforma en un laboratorio de razonamiento colectivo, un espacio en el que la argumentación pública y la evidencia compartida orientan las decisiones que implican a una comunidad educativa.

Para el desarrollo del ensayo, este punto debe articularse con dos ejes centrales de la teoría de Habermas y sus implicaciones en contextos de aprendizaje digital. Primero, la legitimidad no se gana por la posición social o la autoridad formal, sino por la calidad de la deliberación: los argumentos deben estar fundamentados, deben poder ser interrogados desde diversas perspectivas y deben resistir la prueba de la crítica razonada.

despliega en condiciones de libertad, igualdad y apertura a la crítica. En este marco, la legitimidad de las decisiones —tanto pedagógicas como tecnológicas— depende de la calidad de los argumentos y de la voluntad de los actores de someter sus tesis a prueba, revisión y eventual revisión de estas ante nueva eviden Segundo, la revisión teórica debe hacer visible cómo este marco se traduce en prácticas concretas: normativas de participación, reglas de interacción, mecanismos de apelación y criterios de evaluación que prioricen la solidez del razonamiento por encima de la influencia de actores dominantes o de sesgos institucionales.

En el terreno de la educación superior en red, Habermas ofrece un puente teórico para entender la coexistencia de dos dimensiones: Lifeworld y sistema. Lifeworld abarca las rutinas diarias de interacción que sostienen la conversación educativa —foros, debates, comentarios, revisiones entre pares—, mientras que el sistema agrupa políticas institucionales, algoritmos de moderación y criterios de evaluación

que estructuran la experiencia. La clave analítica es comprender cómo estas esferas pueden coexistir de modo que la deliberación no se reduzca a una mera función administrativa, sino que conserve su potencial pedagógico.

Por ello, el diseño pedagógico debe promover un equilibrio que permita la deliberación florecer sin verse coartada por la lógica instrumental del sistema, evitando que las reglas administrativas desvirtúen el aprendizaje que emerge de la discusión. Considerando la revisión teórica, este argumento sugiere que la legitimidad de las prácticas institucionales se fortalece cuando Lifeworld y sistema se articulan de modo que las políticas no sofocan la crítica, sino que la canalizan de forma transparente y responsable.

Las condiciones de posibilidad del consenso, según Habermas, se articulan en tres pilares: ausencia de coacciones, reciprocidad y disposición al aprendizaje recíproco. En contextos digitales, estas condiciones exigen prácticas que protejan las voces vulnerables, hagan visibles las contribuciones y permitan

cuestionar abiertamente ideas sin temor a represalias. Además, es crucial disponer de espacios explícitos para aclarar ambigüedades antes de cerrar un debate, de modo que el cierre no excluya futuras revisiones. Esta lectura teórica invita a incorporar en la revisión del ensayo una dimensión normativo-epistemológica: la necesidad de una arquitectura de moderación que favorezca la claridad, la escucha activa y la posibilidad real de reabrir discusiones cuando emerjan nuevas interpretaciones o evidencias.

La implementación, en este marco, pasa por moderación justa y transparente, criterios de evaluación claros y espacios donde las dudas puedan plantearse y ser atendidas antes de concluir un tema. El objetivo es convertir la deliberación en un laboratorio de razonamiento, donde las tesis puedan fortalecerse, ajustarse o sustituirse ante la evidencia y un razonamiento sólido. Entre las herramientas útiles se cuentan protocolos de moderación con criterios publicados, espacios de consulta para aclaraciones y sistemas de registro de debates que permiten

rastrear la evolución de los argumentos a lo largo del tiempo. Esta dimensión empírica, integrada en la revisión teórica, refuerza la idea de que la teoría de Habermas no es una abstracción, sino un marco para diseñar prácticas deliberativas que hagan visible la dinámica real de la cocreación de saberes.

La revisión teórica de Habermas, integrada con el análisis de Lifeworld y Sistema, señala que la deliberación educativa debe traducirse en prácticas concretas que permitan avanzar desde la crítica razonada hacia decisiones compartidas y responsables. En este sentido, la moderación debe ser transparente y susceptible de revisión, los criterios de evaluación deben priorizar el razonamiento y la fundamentación, y las políticas institucionales deben disponerse para sostener, y no contradecir, la deliberación pública. Así, la teoría no permanece en un plano discursivo, sino que se materializa en estructuras y herramientas que favorecen la cocreación de saberes.

Desde la revisión teórica, es útil distinguir entre tres dimensiones

interrelacionadas. Primero, la dimensión normativa: se deben establecer reglas de participación, mecanismos de apelación y criterios de evaluación que garanticen igualdad de oportunidades y neutralidad en el discurso. Segundo, la dimensión pedagógica: el diseño de actividades debe fomentar la argumentación sólida, la lectura crítica, la citación rigurosa y la capacidad de responder a contraargumentos. Tercero, la dimensión tecnológica: los sistemas de moderación, la trazabilidad de las contribuciones y la transparencia en la evaluación deben estar explícitamente integrados en la arquitectura de las plataformas, para que la cocreación de saberes sea verificada y responsable.

A partir de este marco, el ensayo puede construir un argumento sostenido en torno a tres resultados deseables. En primer lugar, una cultura de deliberación que privilegie la calidad del razonamiento sobre la presión de la dominación discursiva, de modo que las voces marginalizadas tengan real acceso a la conversación y puedan participar

con seguridad. En segundo lugar, una articulación clara entre Lifeworld y Sistema que permita que las políticas institucionales apoyen la deliberación sustantiva sin coartar la espontaneidad pedagógica. En tercer lugar, la implementación de estructuras de revisión y actualización continua: espacios de aclaración, posibilidades de reabrir debates ante nueva evidencia y procedimientos de evaluación que se ajusten a argumentos y datos emergentes.

Aplicar la perspectiva de Habermas al ámbito de la educación superior en red ofrece un marco robusto para entender cuándo la deliberación digital se transforma en un motor auténtico de cocreación de saberes. No se trata solamente de sumar voces; se trata de crear condiciones que hagan posible un diálogo racional, igualitario y responsable, donde la legitimidad de las decisiones depende de la calidad de las razones, la transparencia de las reglas y la capacidad de corregir rumbos ante nuevas evidencias. La revisión teórica, por tanto, debe articular de manera explícita estas conexiones: cómo las ideas de acción

comunicativa, legitimación y condiciones de deliberación se traducen en prácticas pedagógicas, normativas y tecnológicas que sostienen la cocreación de saberes.

Castells: sociedad en red, poder, flujos de información y gobernanza distribuida

La idea central de Castells, entendida desde la óptica de la educación superior en entornos virtuales, es que la sociedad de la información se organiza a través de redes dinámicas y que el poder ya no reside en estructuras jerárquicas estáticas, sino en la capacidad de controlar, modular y dar valor a los flujos de información. En este marco, la gobernanza distribuida se vuelve un elemento central: no se trata de democratizar meramente la participación, sino de diseñar condiciones que hagan posible que actores dispersos—docentes, estudiantes, personal técnico y administrativos—participen con real influencia, aportando desde sus contextos y saberes. El poder recae así en la habilidad de gestionar, orientar y validar el conocimiento que circula en la red, en la capacidad de

convertir la abundancia de datos en conocimiento confiable y en la aptitud para responder con agilidad a cambios y evidencias emergentes.

En los entornos de educación superior en red, la tensión entre red y jerarquía se redefine como una oportunidad pedagógica. La conectividad entre actores dispersos facilita la creación de comunidades de aprendizaje diversas y abiertas, donde la participación privilegiada por jerarquía da paso a la co-diseño de rutas formativas y a la toma de decisiones compartida. Este giro tiene implicaciones directas para la alfabetización informacional: las capacidades para localizar, evaluar, sintetizar y usar información deben integrarse de forma explícita en el currículo, acompañadas de prácticas de verificación de fuentes y gestión de la evidencia. Así, la cocreación de saberes se apoya en una habilidad crítica para distinguir entre información relevante y ruido, y para transformar hallazgos en conocimiento sólido y útil para la comunidad educativa.

La transparencia de procesos, clave en cualquier escenario de

gobernanza distribuida, cobra especial relevancia en los entornos virtuales. La trazabilidad de las contribuciones, la claridad de roles y la explicitud de los criterios de evaluación permiten no solo rendir cuentas sino también detectar sesgos y corregir rumbos de manera oportuna. Este grado de transparencia, lejos de ser una restricción, se convierte en una fortaleza pedagógica que refuerza la legitimidad de las prácticas académicas y administrativas, y que facilita la revisión crítica necesaria para la mejora continua.

Desde una perspectiva pedagógica, la articulación entre redes y gobernanza distribuida posibilita entornos que conectan a estudiantes y docentes a través de comunidades de aprendizaje diversas. En estas comunidades, la interacción sostenida genera conocimiento emergente y pertinencia educativa, pues las múltiples perspectivas enriquecen el proceso de enseñanza-aprendizaje. La co-construcción de conocimiento, por su parte, requiere un registro de interacciones y evidencias de razonamiento que

permita visualizar cómo se llega a determinadas conclusiones, facilitar la revisión y facilitar la transferencia de saberes a nuevas situaciones. Este registro, además, funciona como un puente entre lo pedagógico y lo tecnológico: la plataforma debe soportar la captura y presentación de evidencias sin perder la granularidad de las discusiones y el contexto de cada aporte.

La gobernanza y el diseño de plataformas en este marco deben priorizar la distribución de roles y la toma de decisiones de manera colaborativa, minimizando cuellos de botella y evitando concentraciones de poder que dificulten la participación. Es imprescindible garantizar el acceso e la inclusión digital para que todos los actores puedan intervenir en condiciones de equidad, así como establecer medidas de seguridad y construcción de confianza que protejan a las personas y sus aportes. El reconocimiento de autoría, mediante protocolos claros de atribución, refuerza la legitimidad de la cocreación y reduce conflictos derivados de la ambigüedad en la

propiedad intelectual de las ideas y las evidencias producidas en red.

Este punto, articulado en el artículo tipo ensayo, permea toda la argumentación al sostener que la educación superior en red no es simplemente una ampliación de herramientas digitales, sino una reconfiguración de las dinámicas de poder y de conocimiento. Así, la discusión teórica sobre Castells se traduce en una propuesta práctica: diseñar políticas y prácticas de gobernanza que aseguren participación efectiva, alfabetización informacional integrada, transparencia de procesos y un marco de seguridad y reconocimiento de autoría que fortalezca la confianza en la cocreación de saberes. En el cruce entre teoría y práctica, la lectura de Castells ilumina la ruta hacia comunidades de aprendizaje más conectadas, democráticas y responsables, donde el valor de la información circula no solo como dato, sino como recurso humano clave para la innovación educativa. En ese marco, el ensayo puede cerrar con una propuesta integradora: diseñar políticas y prácticas

deliberativas que, en sintonía con Habermas, articulen normas claras de participación, herramientas de moderación y criterios de evaluación transparentes; fomentar un Lifeworld pedagógico que conserve la riqueza de la interacción humana; y construir un Sistema que, lejos de asfixiar la deliberación, la canalice hacia resultados pedagógicos y tecnológicos responsables. Este trio —normatividad, pedagógico-didáctico y tecnológica— permite no solo comprender, sino también regular la dinámica de la cocreación de saberes en entornos virtuales de educación superior.

METODOLOGÍA

Este ensayo adopta un enfoque teórico-analítico y de revisión crítica para explicar cuándo y cómo la interacción comunicativa puede transformarse en cocreación de saberes en entornos virtuales de formación universitaria, articulando de manera integrada las contribuciones de Habermas y Castells con las lecturas críticas de Turkle, Herring y Crystal. La finalidad es demostrar, a través de una revisión rigurosa de la

literatura, que la cocreación de saberes emerge en la intersección entre condiciones normativas, dinámicas de red y prácticas sociolingüísticas, y que dicha articulación ofrece principios concretos de diseño pedagógico y gobernanza tecnológica.

La metodología se enmarca en una revisión crítica que busca articular conceptos clave, identificar tensiones entre marcos y proponer principios de diseño y gobernanza que sean factibles de implementación. Partimos de dos pilares teóricos centrales: la acción comunicativa y la lifeworld, en Habermas, que ofrecen una brújula normativa para la deliberación pública, la legitimación y la responsabilidad epistemológica; y la teoría de la sociedad en red de Castells, que desplaza el foco del poder hacia la gestión de flujos de información y la gobernanza distribuida en redes de aprendizaje. Estas bases se enriquecen con las aportaciones de Turkle sobre alfabetización, identidad y presencia en plataformas digitales; las observaciones de Herring sobre variación discursiva y normas de

convivencia en la comunicación en línea; y los análisis de Crystal sobre la economía de la lengua y la rapidez de las transformaciones lingüísticas en entornos digitales. La pregunta central que articula el estudio es: bajo qué condiciones normativas, de red y sociolingüísticas puede la interacción digital favorecer una cocreación de saberes inclusiva, reflexiva y transformadora en la educación superior?

El estudio es de tipo teórico-analítico, sin datos empíricos primarios, orientado a la extracción, comparación y síntesis de conceptos clave para construir un marco integrador. Se parte de criterios de inclusión y exclusión claramente definidos: se incorporan textos fundamentales de Habermas y Castells y lecturas críticas de Turkle, Herring y Crystal que dialogan directamente con prácticas pedagógicas y de gobernanza tecnológica. La estrategia de recopilación combina revisión de textos canónicos y ensayos recientes que conecten teoría y práctica educativa, así como documentos institucionales que delinean políticas

y estructuras de gobernanza en plataformas de enseñanza y aprendizaje en red. El análisis se desarrolla en tres fases interdependientes: identificación de conceptos centrales (acción comunicativa, lifeworld, deliberación; red; poder; alfabetización; variación discursiva; multilingüismo); mapeo de congruencias y tensiones entre marcos; y construcción de un marco teórico-analítico integrado que sirva de base para recomendaciones de diseño pedagógico y gobernanza tecnológica.

Procedimiento de análisis y triangulación:

- Lectura crítica y codificación conceptual: se identifican conceptos centrales (acción comunicativa, lifeworld, deliberación; red, flujos de información, poder; alfabetización, identidad, presencia; normas de convivencia, diversidad discursiva; economía de la lengua, velocidad de transformación lingüística).
- Triangulación entre marcos: se confrontan las distintas

lecturas para identificar convergencias, tensiones y vacíos. Este proceso revela cómo Habermas y Castells pueden coexistir en una agenda de gobernanza que privilegie la deliberación responsable y la distribución del poder, mientras Turkle, Herring y Crystal señalan la necesidad de marcos sociolingüísticos y lingüísticos que hagan sostenible esa deliberación en comunidades de aprendizaje diversas.

- Construcción de principios prácticos: a partir de las convergencias y las tensiones, se formulan principios de

diseño pedagógico y gobernanza tecnológica que sean operables en entornos virtuales de educación superior.

- Validez y límites: se reconocen la naturaleza interpretativa de la síntesis y la necesidad de validación empírica futura, sugiriendo líneas de investigación para pruebas piloto, métricas de calidad de interacción y evaluaciones de equidad y accesibilidad.

Cuadro 1. Resultados de la revisión teórica y su correspondencia con diseño y gobernanza

Marco teórico autor	Conceptos / clave extraídos	Hallazgos relevantes para la cocreación de saberes	Implicaciones para el diseño pedagógico de	Implicaciones para la gobernanza tecnológica	Observaciones críticas / límites
Habermas (acción comunicativa, lifeworld)	Acción comunicativa; Deliberación; Legitimación;	La cocreación prospera cuando la deliberación es libre de coacciones y regulada por	Espacios de deliberación con reglas claras; de apertura y contraargumentos	Moderación justa y transparente; reglas explícitas; mecanismos de revisión y	Dificultades prácticas para lograr deliberación libre online; necesidad de una

	Racionalidad comunicativa; Lifeworld y sistema (dos esferas)	reglas claras que exijan razonamiento y apertura al contraargumento; la legitimidad de decisiones pedagógicas y tecnológicas depende de la calidad de la argumentación y de la voluntad de someter tesis a la prueba ante evidencia y críticas; es clave articular Lifeworld y Sistema para evitar que la lógica instrumental desvirtúe el aprendizaje.	posibilidad de revisión; enfoque en la calidad del razonamiento y criterios de evaluación basados en argumentos y evidencias; procedimiento de apelación y criterios de evaluación que prioricen someter tesis a la prueba ante evidencia y críticas; es clave articular Lifeworld y Sistema para evitar que la lógica instrumental desvirtúe el aprendizaje.	actualización de políticas; rastreabilidad de debates y evidencias; plataformas que soporten apelaciones y revisión de contenidos.	cultura institucional abierta; riesgo de que normas muy rígidas limiten creatividad si no hay equilibrio con flexibilidad.
Castells (redes, flujo de información,	Sociedad en red; Flujos de información	Las prácticas de cocreación emergen cuando los	Diseñar rutas formativas co-diseñadas y evaluaciones	Gobernanza distribuida y mecanismos de auditoría;	Desafíos de vigilancia y captura instrumental

poder)	n; Poder; Gobernanza distribuida	flujos de información son transparentes y el poder está distribuido entre actores clave; las redes permiten aprovechar saberes diversos para co-diseñar rutas formativas y políticas.	participativas; fomentar alfabetización informacional como competencia central.	trazabilidad de contribuciones y criterios compartidos; políticas que fomenten participación equitativa y reducción de concentraciones de poder.	del poder; necesidad de controles para evitar capture; desigualdades en acceso a redes y datos; necesidad de soluciones de inclusión digital.
Turkle (alfabetización, identidad, presencia)	Presencia en plataformas; Identidad digital; Alfabetización digital y lingüística	Tensiones entre conectividad y atención; necesidad de cultivar presencia y atenta reflexión.	Diseños que favorezcan presencia, empatía y reflexión en interacciones (asincrónicas y sincronicas).	Políticas que apoyen prácticas de interacción responsable y manejo de identidad digital.	Riesgo de distracciones y fragmentación de la atención; estructura para presencia consciente.
Turkle, Herring Crystal (aportes sociolingüísticos)	Prácticas y de interacción en red; Normas de	Las prácticas de interacción, normas de convivencia y gestión de	Reglas explícitas para la gestión de diversidad discursiva y	Reconocimiento de autoría; trazabilidad y	Desigualdades en alfabetización lingüística

cos tecnológicos)	y convivencia; Economía de la lengua y de la velocidad de cambios lingüísticos	diversidad discursiva influyen en la construcción de conocimiento en red; la economía de la lengua afecta accesibilidad e inclusión en entornos digitales.	visibilidad de contribuciones; prácticas de escritura que faciliten accesibilidad e inclusión.	interacciones; contextualización de aportes.	pueden generar brechas; incorporar medidas en el currículo.

Fuente: Sánchez (2026)

Cierre analítico

La síntesis de los marcos analíticos vistos hasta ahora permite entender la cocreación de saberes en entornos virtuales de educación superior como un fenómeno complejo, en el que la teoría y la práctica se entrecruzan para generar modelos de enseñanza, aprendizaje y gobernanza más robustos, inclusivos y responsables. En este cierre analítico, articulo de manera integrada las aportaciones de Habermas, Castells, así como autores que brindan información de inetrés como lo son Turkle, Herring y

Crystal, mostrando cómo cada marco aporta capas complementarias para comprender y diseñar procesos de aprendizaje en red.

Desde Habermas, la acción comunicativa aporta una brújula normativa: la deliberación debe fundarse en la libertad de parasitar las tesis a la prueba de la argumentación, la transparencia de las reglas y la ausencia de coacciones. Su énfasis en la legitimación por la calidad del razonamiento y la posibilidad real de revisión ante nuevas evidencias ofrece un piso ético y epistemológico

para la cocreación de saberes. En entornos virtuales, estas condiciones se traducen en prácticas pedagógicas y organizativas que priorizan el debate razonado, la consulta y la apertura a la reconfiguración de ideas ante contraargumentos sólidamente sustentados. Así, la deliberación digital deja de ser mera agregación de voces para convertirse en un proceso público de construcción de conocimiento compartido, con criterios de evaluación y mecanismos de apelación que aseguran neutralidad y responsabilidad. Este marco invita a diseñar plataformas y políticas que protejan la diversidad de voces, faciliten la clarificación de ambigüedades y sostengan una cultura de prudencia intelectual y responsabilidad colectiva.

Con Castells, la teoría de la sociedad en red desplaza la mirada del poder desde estructuras jerárquicas hacia la capacidad de gestionar flujos de información. En educación superior, esto implica privilegiar redes de aprendizaje que superen los límites de la ubicación física y las jerarquías institucionales, promoviendo una gobernanza distribuida donde

docentes, estudiantes y personal técnico co-diseñen rutas formativas, políticas y herramientas tecnológicas. La alfabetización informacional se erige como competencia clave: localizar, evaluar, sintetizar y aplicar información en contextos de red se vuelve central para la cocreación de saberes, no solo como habilidad técnica sino como práctica social de discernimiento. La transparencia de procesos —con trazabilidad de contribuciones, roles y criterios de evaluación— alimenta la confianza y facilita la rendición de cuentas, permitiendo que el conocimiento circulante se convierta en conocimiento verificable y utilizable.

Aportes de Turkle, Herring y Crystal ensanchan el análisis hacia el nivel sociolingüístico y tecnológico de la conversación en red. Turkle advierte sobre la ambivalencia de las tecnologías en la vida cotidiana y educativa: la conectividad abre espacios de cercanía y colaboración, pero también plantea riesgos de distracción, fragmentación de la atención y dependencia de pantallas. Su aporte invita a diseñar entornos que cultiven la presencia atenta, la

reflexión compartida y la empatía en las interacciones digitales, lo que es crucial para la calidad de la deliberación y para la construcción de comunidades de aprendizaje sostenibles.

Así también, Herring, centrada en la comunicación en línea, subraya la importancia de las prácticas de interacción, la claridad de las normas de convivencia y la gestión de la diversidad discursiva; sus observaciones señalan la necesidad de reglas explícitas para la construcción de conocimiento, la visibilidad de las contribuciones y la conciliación de múltiples voces en contextos asíncronos y sincrónicos. Crystal, por su parte, enfatiza la economía de la lengua y la velocidad de las transformaciones lingüísticas en entornos digitales; su análisis recuerda que los recursos lingüísticos y las prácticas de escritura influyen en la accesibilidad, la eficacia de la comunicación y la inclusión. Tomados en conjunto, estos aportes subrayan que la cocreación de saberes no depende únicamente de la disponibilidad de herramientas, sino de prácticas de conversación

cuidadosamente diseñadas que reconozcan la complejidad de la interacción humana en red, la diversidad de estilos comunicativos y las condiciones de acceso y comprensión para todos los participantes.

Estos marcos señala una convergencia poderosa: la educación superior en entornos virtuales debe ser un territorio donde las condiciones de deliberación, los flujos de información y las prácticas lingüísticas se alineen para apoyar la cocreación de saberes. En términos prácticos, esto implica que las políticas institucionales deben articular tres capas interdependientes: normativa, pedagógica y tecnológica. En la capa normativa, se requieren marcos de participación claros, salvaguardas para la diversidad y mecanismos de apelación que garanticen la neutralidad y la responsabilidad de las decisiones. En la capa pedagógica, las prácticas deben fomentar la presencia atenta, la gestión explícita de normas de convivencia y la visibilidad de las contribuciones, de modo que cada

intervención sea trazable, evaluable y susceptible de revisión ante nueva evidencia o contraargumentos. En la capa tecnológica, las plataformas deben habilitar la trazabilidad de aportes, la atribución de autoría y la adaptabilidad de las reglas de interacción a contextos diversos, asegurando accesibilidad y seguridad sin restringir la creatividad ni la libertad de deliberación.

Este trazo teórico se traduce en estrategias concretas para el diseño y la gobernanza de entornos virtuales. Por un lado, la gobernanza distribuida, inspirada en Castells, exige estructuras participativas que distribuyan roles, responsabilidades y poder de decisión entre docentes, estudiantes y personal técnico, con procesos de toma de decisiones transparentes y auditables. Por otro lado, la ética de la conversación propuesta por Habermas invita a crear espacios de debate que protejan a las voces vulnerables, promuevan la claridad de argumentos y permitan reabrir discusiones ante nuevas evidencias. A su vez, Turkle advierte la necesidad de cultivar presencia y empatía en la interacción

digital, para que la deliberación preserve calidad relacional; Herring enfatiza la importancia de normas de convivencia y gestión de la diversidad discursiva, mientras Crystal recuerda que la economía de la lengua afecta la accesibilidad y la inclusión.

En este marco, las líneas de investigación futura pueden centrarse en: (1) diseñar modelos de gobernanza que integren comunidades de práctica multiactor y evaluaciones transparentes de impacto; (2) desarrollar rúbricas y herramientas de evaluación que valoren no solo resultados, sino procesos de razonamiento, evidencias y revisión entre pares; (3) explorar intervenciones de alfabetización informacional y alfabetización lingüística para reducir brechas de acceso y comprensión; (4) estudiar dinámicas de presencia, atención y empatía en entornos asincrónicos y sincrónicos, con estrategias pedagógicas que fortalezcan la deliberación de calidad; (5) investigar mecanismos de trazabilidad de interacciones y autenticidad de la autoría que

fortalezcan la confianza y la responsabilidad.

Dicho esto, el cierre del ensayo podría enfatizar que la cocreación de saberes en educación superior en red depende de una sinergia entre teoría y práctica: la acción comunicativa de Habermas, la lógica de la red de Castells y las consideraciones sociolingüísticas de Turkle, Herring y Crystal deben traducirse en políticas, diseños pedagógicos y arquitecturas tecnológicas que no solo conecten, sino que fortalezcan la deliberación democrática, la calidad del razonamiento y la inclusión real de todas las voces. Con este enfoque, la educación superior en entornos virtuales se posiciona no como un simple ecosistema de herramientas digitales, sino como un laboratorio de convivencia intelectual, donde la cocreación de saberes emerge de la responsabilidad compartida, la transparencia de procesos y la dignidad de la participación de cada actor en la red.

Conclusión

Este estudio ha articulado, desde una lectura integrada de Habermas y

Castells y, en acoplamiento crítico, las perspectivas de Turkle, Herring y Crystal, un marco teórico-analítico capaz de iluminar las condiciones bajo las cuales la interacción digital en entornos de formación universitaria puede convertirse en un proceso de cocreación de saberes. En primer lugar, los resultados señalan que la cocreación de saberes no emerge de un fenómeno inadvertido de la tecnología, sino de una praxis comunicativa que se sostiene en fundamentos normativos y deliberativos robustos. En efecto, la interacción digital, para que genere significado compartido y aprendizaje colectivo, requiere espacios de deliberación estructurada, donde las decisiones se fundamenten en argumentos razonados y en la búsqueda de consenso, articulando las rutinas de lifeworld descritas por Habermas con las dinámicas de poder y flujo de información que caracterizan la red descrita por Castells.

En segundo lugar, la lectura crítica de Turkle, Herring y Crystal aporta una concreción empírica y somete a examen la performatividad de la

conversación digital, los hábitos de interacción y las prácticas de escritura y lectura en plataformas virtuales. Sus aportes permiten identificar riesgos —tensión entre agilidad instrumental y calidad comunicativa, fragmentación identitaria, y variaciones discursivas que pueden erosionar la claridad semiótica— y, a la vez, oportunidades —alfabetización digital fortalecida, redes de colaboración más ricas y una mayor conciencia intercultural y multilingüe. En este sentido, las recomendaciones pedagógicas emergen con claridad: diseñar entornos que favorezcan prácticas de alfabetización digital, estructuras de interacción que prioricen relaciones responsables y reflexivas, y estrategias de apoyo lingüístico que reconozcan y acentúen la diversidad discursiva y cultural de las comunidades de aprendizaje.

En tercer lugar, la articulación de estos marcos revela que la gobernanza de entornos formativos digitales no puede sostenerse en recetas homogéneas, sino que debe responder a una doble exigencia: por un lado, garantizar condiciones de

“acción comunicativa” que habiliten el libre debate, la legitimación de actores y la deliberación pública en el seno de comunidades de aprendizaje; y, por otro, asegurar una distribución equitativa del poder y del acceso a la información dentro de redes de enseñanza y aprendizaje. Este doble eje, que cruza lo normativo y lo tecnológico, sugiere principios de diseño pedagógico y de gobernanza tecnológica que deben orientar tanto la concepción de cursos como la configuración de plataformas: espacios de deliberación bien estructurados; mecanismos de gobernanza que eviten la captura instrumental por parte de intereses concentrados; estrategias de alfabetización y apoyo lingüístico adaptadas a la diversidad de usuarios; y prácticas de evaluación que valoren la razonabilidad, la transparencia y la calidad de la interacción.

Los principios derivados de esta lectura integrada permiten, además, vislumbrar un horizonte de aplicación institucional con alcance práctico. En el plano pedagógico, se propone una pedagogía centrada en la co-

construcción de significado, que invite a la participación activa, fomente la reflexividad y promueva la responsabilidad compartida entre docentes y estudiantes. En el plano organizativo y tecnológico, se recomienda diseñar arquitecturas de plataformas que faciliten la cooperación, reduzcan asimetrías de poder y garanticen el acceso equitativo a la información. Este enfoque privilegiará comunidades de aprendizaje en red caracterizadas por su dinamismo, su pluralidad de voces y su capacidad de adaptación frente a los desafíos de la era digital.

No obstante, este análisis reconoce limitaciones inherentes: la revisión se apoya en marcos teóricos y lecturas críticas que, si bien ofrecen una base sólida para la interpretación, requieren fortalecerse mediante evidencia empírica que permita validar la aplicabilidad de los principios propuestos. En consecuencia, la investigación futura podría orientar esfuerzos hacia estudios de caso que examinen prácticas concretas de diseño y gobernanza en entornos virtuales de educación superior, así como

evaluaciones sistemáticas de resultados en términos de calidad de interacción, equidad de acceso, y alcance de la cocreación de saberes. Asimismo, sería valioso ampliar el marco a otros actores y contextos culturales para corroborar la generalizabilidad de las conclusiones y enriquecer la comprensión de la dinámica entre lifeworld y system en plataformas educativas.

Referencias

- Castells, M. (2010). La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1: La sociedad red. México: Siglo XXI Editores.
- Castells, M. (2012). La Era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 3: Fin de milenio. México: Siglo XXI Editores.
- Crystal, D. (2019). La lengua de Internet y sus cambios: Globalización y multilingüismo. Madrid: Espasa.
- Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Vol. 2: La estratificación del discurso. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Vol. 1:

Racionalidad de la acción y acción comunicativa. Madrid: Taurus.

Habermas, J. (1990). Teoría de la acción comunicativa (TAC). Vol. 2: Ética de la discusión. Madrid: Taurus.

Herring, S. (2013). Ciberlenguaje y cultura en línea. En S. Herring (Ed.),

Lingüística social de Internet (pp. 45-78). Barcelona: Gedisa.

Turkle, S. (2012). Conexiones mentales: Cómo la tecnología está cambiando nuestra forma de pensar. Madrid: Taurus.

“ÉTICA Y MORAL” UN CONFLICTO A RESOLVER EN EDUCACIÓN, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA GUBERNAMENTAL EN VENEZUELA.

AUTOR:

CHIRINO, JONNY RAFAEL

RESUMEN

La investigación que tiene en sus manos propone una reconfiguración crítica de la ética y moral en la gestión pública y educativa en Venezuela, rompiendo con esquemas establecidos y aprendidos. El autor busca superar la visión instrumentalista desde un enfoque humanista, dialógico, participativo e interpretativo para comprender los esquemas de valor y significados de los actores educativos, orientados a la transformación estructural desde la praxis ciudadana y gubernamental, fundamentado en la ética de la liberación de Enrique Dussel que invita al giro decolonial dando paso a la ética del reconocimiento del otro. Por eso, el uso metodológico del Ver, Juzgar y Actuar del Episcopado Latinoamericano en plena relación con el paradigma de la Complejidad de Edgar Morín (2023), que busca superar el pensamiento simplista construyendo responsabilidad, incertidumbre y diálogo entre los actores educativos y gubernamentales. Ética, Moral, Educación y Política Gubernamental en Venezuela, es ejercicio urgente de las famosas “Tres R”, Revisión, Reimpulso, y Rectificación. En este sentido, los que gobiernan en todos sus niveles, deben hacer un alto en el camino desde lo ético y moral. Igualmente los educadores quienes tienen la responsabilidad de formar en la Ciencia desde la Conciencia, no está malo y es sumamente sano volver sobre el ser desde el quehacer. De esto se trata, sincerar la vida desde lo más transparente posible sin estar ocultando nada y sobre todo sin temor alguno. Cultivar la ética de la virtud en la función pública.

Palabras clave: Política, Ética, Moral, Educación, y Transformación

Abstract

The research you have in your hands seeks to break with established and learned paradigms about ethics and morality in educational and governmental policy in Venezuela today. To this end, the author has used a methodology of Seeing, Judging, and acting from the Latin American Episcopate in full relation to Edgar Morin's paradigm of Complexity (2023). Ethics, Morals, Education, and Government Policy in Venezuela is an urgent exercise of the famous “three Rs”: Review, Revitalization, and Rectification. Today, our homeland Venezuela, and above all those who govern at all levels, must pause along the way from an ethical and moral standpoint. Likewise, educators who have the responsibility to teach science from a place of consciousness should not feel bad about returning to the essence of their work, as it is extremely healthy to do so. This is what it is all about: living life as transparently as possible, without hiding anything and, above all, without fear. Doing politics in Venezuela today is like throwing a whistle, leaving noise, the smell of gunpowder, and, in the end, a loud bang. This is how politics is done in our beloved Venezuela. In short, this is what we want to leave behind, and to do so we need high-quality educators, not salaried employees but authentic professionals who are fairly and adequately remunerated, and politicians who are not servile but committed and immersed in social issues and forums, with a testimony of life and not finger-pointing.

Key words: Politics, Ethics, Morals, Education, and Transformation

INTRODUCCIÓN

El presente análisis nace de una profunda revisión personal desde el Seminario Comunicación de la I Cohorte Doctorado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, llevado a cabo por el Dr. Jairo Villasmil y por supuesto desde la óptica socio comunitario de esta experiencia que se vive en nuestro País Venezuela. En este sentido, busca este aporte despertar conciencia de manera muy especial en nuestros compatriotas. Por lo tanto, es urgente difundir por toda Venezuela profundas reflexiones sobre nuestra identidad: cómo comportarnos, cuál es nuestro estilo de vida y nuestro verdadero compromiso. Esto debe hacerse desde una ética horizontal y un pensamiento lateral, alejándonos de enfoques verticales y unidireccionales.

Este estudio se justifica por el diagnóstico de la situación actual en Venezuela, donde el análisis revela la necesidad imperiosa de un perfil

comprometido, basado en principios éticos y morales. En este sentido, alcanza su mayor importancia en las grandes líneas estratégicas del Plan Estratégico de la Nación, por su puesto en los cinco motores, y el Plan de la Patria (2025-2030), he allí la esencialidad de proyectar sobre todo a la luz del tercer motor: Moral y luces, en todo el accionar de la vida educacional y Comunicacional. Para ello, desde el punto de vista metodológico se hará una descripción, análisis e interpretación desde la realidad Compleja. Las limitaciones por las que se han transitado son los mismos frenos y obstáculos que se han encontrado a nivel interno de las organizaciones que hacen vida socio comunitaria. Pero aquí el freno no es el proceso sino quienes forman parte del mismo proceso.

Asimismo Chirino (2023:4) exhorta: “A ser constructores de un nuevo pensamiento y de una nueva sociedad sincera, es lo que se busca en Venezuela a través de la crítica sustentada y socializada...”. Por eso, no es tan fácil la construcción de un

discurso ético ni mucho menos hablar de principios morales. En la actualidad urge la formulación de un código deontológico, axiológico sin negar lo teleológico.

¿Por qué se habla “falta de ética y moral” en tiempos de crisis en Venezuela?

Las cartas están echadas sobre la mesa, no existe nada oculto que algún día no llegue a saberse, son dichos populares muy sabios y que de manera muy especial vienen como anillo al dedo en estos tiempos que vivimos en nuestro país. La ética y Moral están y nunca se han ido, algunos han pretendido arrinconarla y hasta darles vacaciones. ¿Ellas están y estarán desde el silencio y mucho bullicio como el que se escucha en las calles de Venezuela y pasillos de instituciones gubernamentales, dígalos si no es verdad? Cuando se habla de moral, muchas veces se confunde con lo ético, por lo tanto, no es lo mismo, ¿qué tal?. Al referirnos a la moral, se está haciendo énfasis a las costumbres y cuando se habla de ética se refiere a la conducta. Es

decir, la moral ha de ver con el comportamiento y la ética con la postura filosófica.

Al hablar de moral revolucionaria en Venezuela, se tendría que partir del mismo quehacer revolucionario; es decir, del ¿cómo actuamos?, ¿cómo pensamos? y ¿cómo obramos?. En una Alocución presidencial Chávez (2001) expresó que:” Hablar de moral, es hablar del principio de transparencia y honestidad”. Por eso, en Venezuela urge no solamente escribir, y discursar la temática, sino testimoniar y practicar la moral. En este sentido, el presidente Chávez, tuvo razón cuando exige que todo revolucionario deba pensar en los demás y menos en su bienestar personal; es decir, urge la construcción de una ética colectiva. De tal manera como venezolanos, existe la necesidad de reconocer el conocimiento del otro, promoviendo el sentido colectivo.

En fin, en Venezuela se debe hablar “falta de Moral” por la sencilla razón, planteada por Chirino (2025) en el siguiente cuadro:

Por el libertinaje confuso	Por la malversación de fondos
Por la exageración permisiva	Por la corrupción administrativa actualizada
Por el relativismo llamado lógico	Por la hipocresía presente en algunos llamados revolucionarios
Por el desvío financiero en la Administración	Por la tanta paradoja entre ética y moral existencial

En el País, pueden darse muchas evasiones y hasta se ha visto como venezolanos venden su conciencia por dinero o por cualquier asunto material, lo observamos cuando se llevan a cabo las elecciones de cualquier orden, aún en el proceso revolucionario se utilizan grandes inversiones de reparto de dinero. Esto es lamentable cuando ocurre. Urge en Venezuela la necesidad de repensar en las estructuras que ya se tienen en la organización política de la revolución. Porque es necesario educar las conciencias. Por eso, lo comprendemos desde las definiciones que a continuación expone Vidal, M. (1995: 32):

ÉTICA



- Viene del griego *ethos*, modo de vivir, costumbres. Modo de ser propio de la gente. Su carácter es filosófico
- Es un episteme de una unidad de acción que materializa algún aspecto del desarrollo personal en sociedad. (Cfr. Instituto Latinoamericano de planificación Económica y Social ILPES. CEPAL, 2024).

MORAL

- *Moris*, costumbre, comportamiento, perteneciente al carácter. La moral ha de verse desde el punto de vista religioso o teológico. Axiología que replantea y analiza los problemas que implica movilizar factores para alcanzar objetivos

determinado, de acuerdo de una función de personal o social dada, justificando el empleo de estos factores Knoll (2018: 9) expresa que: “En el siglo XX el término se incorporó al currículo escolar con el propósito de estimular la iniciativa”. Se está hablando de moral y es desde entonces cuando su incorporación permite el florecimiento de aportes y propuestas al respecto, relacionadas a código y normas.

ALCANCES DEL SIGNIFICADO

- Concretar ideas, deseos que posea una persona
- Se puede aceptar éticamente alguna acción de la persona, pero moralmente puede ser un escándalo. Profesionalmente bueno, moralmente un desastre

Existe un divorcio entre el ser y el quehacer: lo ético por un lado y la moral por otra. ¿Necesario es hablar del para qué?

frente a otras opciones potenciales de utilización

¿PARA QUÈ HABLAR DE “ÉTICA Y MORAL” EN TIEMPOS DE CRISIS EN VENEZUELA?

Se habla de moral porque algo no está tan claro en las acciones revolucionarias. Por eso, la insistencia de quienes por formación y principios guardamos profundamente el respeto bien sea por Dios o por la humanidad. De tal manera que, recurrimos a las exhortaciones y testimonios de quienes nos precedieron en el itinerario, como, por ejemplo: Bolívar, quien siendo rico se interesó muy poco por lo material y lo usó para el bien común y no tanto personal. También, Andrés Bello, quien saliendo de sí mismo su interés mayor fue el de los demás. Simón Rodríguez, se despojó de su condición sapiencial y cabalgó en la conciencia de sus neófitos. Ezequiel Zamora, entregó alma y corazón por el bien común de los hombres. Alí Primera, cultivó la solidaridad en

contra de la comercialización musical, entre otros. Claro está, nos damos cuenta de que todavía existen vicios de la cuarta República que se repiten en algunos revolucionarios de ésta quinta República. Como, por ejemplo, hacerse rico de la noche a la mañana, adquirir bienes y sintonizar con la mentalidad capitalista de consumir licores de los mejores y pare usted de contar.

Por lo que se considera proponer tres grandes líneas expuesta por Chirino (2025) en el siguiente cuadro:

Teleológico -Fines	Deontológico -Deberes	Axiológico- Valores
Más que discurso- Hechos	Más que palabras- Obras	Más que costumbres - Vida

Ya lo dijo Chirino (2025: 21): “Si construimos la civilización humana que humaniza, destruiremos la despersonalización impersonal que a diario siembra el Maquiavélico destructor del pensamiento y acción egocéntrico”. Al hablar de moral revolucionaria en Venezuela,

tenemos que revisarnos a nivel interno, sobre todos los que de manera directa están trabajando y son funcionarios públicos en este gobierno. Ahora bien, desde el punto de vista político sería interesante dialogar, conversar, y en especial abrir debates en relación con el perfil de un dirigente político y sobre todo el compromiso con la Patria y consigo mismo. No es fácil hablar de moral cuando uno tiene un comportamiento inmoral, o como narra el dicho popular: “El que tenga rabo de paja que no se acerque a la candela”.

CATEGORÍAS MORALES DE UN AUTÈNTICO SERVIDOR PÚBLICO “POLÍTICO” Ver cuadro de Chirino (2025).

No es corrupto	Activo
Brilla por su recta intención	Proactivo
Lo material es secundario	Espíritu de acción
Espíritu de solidaridad	Comprometido
Amplio en justicia	Luchador
Honesto desde el	Forjador de

pensamiento	libertades
Capaz intelectualmente	Transformador
De principios éticos	Combativo
TRANSPARENTE	INVENSIBLE
Dispuesto al trabajo de equipo	Observador
Hombre o mujer con visión de futuro	Estudioso
De espíritu crítico	Armónico

A tal efecto, se plantean tres criterios para guiar las acciones pedagógicas que buscan fortalecer al ser moral:

1. Cultivar la autonomía de la persona, el respeto a su forma de ser y pensar, esto implica un trabajo pedagógico que haga posible que la persona pueda defenderse ante la presión colectiva y llegue a pronunciarse de manera personal.
2. Comprender que las diferencias y los conflictos sólo se abordan a través del diálogo, la persona debe tener la capacidad de hablar sobre todo aquello que disiente con el otro, aunque

ello no siempre resuelva los conflictos.

3. Promover situaciones en las que se pueda demostrar el respeto y la tolerancia de manera activa, lo que hace posible reconocer al otro en igualdad de condiciones, con la misma dignidad, capacidad de tener la razón, y la verdad.

En nuestra sociedad, lamentablemente, nos han metido en la cabeza que el que progresa es sólo porque ha trabajado duro y se lo ha ganado, en otras palabras, porque se lo merece. En contraposición, por lo tanto, algunos llegan a creer que aquellos que son pobres lo son por voluntad propia, porque son flojos, o porque les gusta ser pobres. Manera simplista y cínica esta de justificar el egoísmo de algunos. Otra clave importante para tomar en consideración es: la Honestidad, es otro de los valores que debe ser innegociable dentro de la moral de un revolucionario. No se puede hablar de bien colectivo, si se roban los dineros que son comunes. No se puede hablar de revolución socialista, si el

que lo hace se apropia, para su interés particular, de los bienes que son de todos. En el lenguaje habitual y moral, se emplea la palabra ética como sinónimo de altruismo, de renuncia al propio interés. La idea que se presenta es más bien lo contrario, es decir, creemos que la ética surge precisamente del interés propio, bien entendido.

La ética está vinculada con nuestro más apasionante interés, con lo que más nos concierne. ¿No es renunciar a nosotros mismos para sustituirlo en nombre de qué?, es entenderlos en una forma completa y amplia como para que rompan la barrera artificiosa de un yo cerrado sobre sí mismo, e incluya un mundo de colaciones, de intereses, de interdependencias. De tal manera que el proyecto ético que en este momento histórico se vive, es el siguiente: Una ética que no se avergüenza de su origen en el propio amor, en el egoísmo racional si se quiere. Una ética que no pretende el desinterés, sino al contrario, reivindica un apasionado interés en lo que más concierne al ser humano. Una ética que desde el punto de vista

psicológico procura superar esa dicotomía entre la manía y la melancolía. Por lo tanto perder la cordura de la autoconciencia y de la autosatisfacción y la vinculación política por encima de las partencias nacionales. Esta es la ética de la verdadera hominización societaria que aspiramos vivir en Venezuela. Tal como lo expresa Terán (2018: 13-14): “En nuestro tiempo, ética y técnica son dos mundos disociados; dos saberes recíprocamente”. Sus respectivas teleologías parecen repelerse mutuamente, así se manifiestan en campos tan dispares como la bioética, la ecología o la economía.

Para el revolucionario bolivariano, la formación ética es una demanda inaplazable, no sólo para ellos, sino, sobre todo, y prioritariamente para los mismos revolucionarios dirigentes y gobernantes. La presencia de un seminario de ética revolucionaria en los currículos andropedagógicos, sin duda, no va a llenar el vacío por sí sola; pero sin ella, no podrá afrontarse seriamente tan gravosa ausencia. De allí que necesario es:

- 1.La profesionalización como aspiración y la función sociopolítica de los códigos deontológicos.
- 2.Las peculiaridades normativas y la función regulativa de los códigos deontológicos
- 3.Reformulación de las relaciones entre Ética y Moral, deontología, profesionalización y política.

En Venezuela urge, una Ética y Moral vistas desde las virtudes, esto es necesario hoy, por y para ello, se debe imponer las virtudes de la resistencia y moderación. De tal manera que la justicia, prudencia y el servicio, sean el estandarte claro de las acciones de las personas en comunidad. Según Naranjo (2024:5): “La acción política de nuestros gobernantes en Venezuela, aún en esta quinta República, lamentablemente desde el punto de vista ético y muy especialmente moral, han sido lamentablemente muy enlodada por algunos de nuestros dirigentes llamados

revolucionarios”. Aquí en esta Patria encontramos nuevos ricos, nuevos burgueses y sobre todo nuevos oligarcas nacidos en esta revolución. Esto da mucho dolor expresarlo, pero la verdad no se puede esconder. Existen muchos llamados revolucionarios vividores y comercializadores de la política, ellos se han aprovechado de los bienes de los venezolanos. Ahora bien, desde la ética y la moral no son bien vistos por la sociedad. Por eso, es hora de despertar y reaccionar porque es el momento, como lo dijo en aquella visita a Venezuela el Romano Pontífice Juan Pablo II (1985).

LA ÉTICA Y LA MORAL COMO JUEGO POLÍTICO GUBERNAMENTAL EN VENEZUELA.

Durante estos años de vivencia del Sistema Socialista en Venezuela a través de un Gobierno y un Estado que realmente tienden a confundir las funciones, es importante darle la bienvenida a la crítica constructiva y desde ella mirar otro escenario para objetivamente dar aportes

sustanciales relacionados a Gobierno, Política y Estado. Gobierno se refiere al conjunto de órganos a los que institucionalmente les está confiado el ejercicio del poder político. En este sentido, el gobierno es uno de los principales pilares operativos de toda forma de Estado. Es el encargado de ejercer y administrar el poder político, si se considera la rama ejecutiva del poder (o poder ejecutivo). El término proviene de la voz griega *kybernéin*, que traduce “pilotear un barco”. Por lo tanto, un gobierno es importante para cualquier comunidad o grupo humano ya que de él depende la organización de los recursos disponibles, la aplicación de la justicia, los métodos de control que aseguren la convivencia, entre otros. Ahora bien, dentro de los tipos encontramos formas puras o perfectas: monarquía, aristocracia y democracia; formas impuras o corruptas: respectivamente degeneradas de las perfectas: tiranía, oligarquía y demagogia. Interesante revisar aspectos propuestos por Andara (2016, 18) en su libro: *Los Problemas del Estado en Venezuela: Una Crítica a las Teorías y a las*

Situaciones Fácticas. Veamos a continuación:

La mayoría de estas críticas se han realizado sin tener en cuenta los análisis epistemológicos modernos. Al Estado se le ha criticado, principalmente, su actuación en la realidad fáctica, pero pocas veces se han criticado los modelos teóricos o conceptuales que pretenden dar explicación de esa realidad pragmática.

El análisis crítico, a veces mal utilizado, es la moda dentro de estos escritos. Y como tema central de crítica se encuentra la estructura estatal que nos caracteriza desde 1958 hasta el año 1999, con sus respectivos saltos en el segundo Gobierno de Carlos Andrés Pérez. Por eso, comprender y entender es obra y quehacer de la ética.

Según Naranjo (2024:25) expresa:

Hacer una crítica a la falta de capacidad analítica y explicativa de uno de estos modelos (particularmente el sistémico) es uno

de los objetivos básicos de esta ponencia. Generalmente se ha analizado al Estado venezolano como un sistema coherente en su interior. Sin embargo, esa coherencia sistemática no siempre ha estado presente, y con su carencia se agota de igual forma el modelo sistémico propuesto para su análisis.

Por lo que el Estado ya no se presenta como un ente capaz de satisfacer demandas. Esta era la antigua visión populista del mismo, tanto en lo interno como en lo externo. Actualmente, el Estado se presenta en su real naturaleza, como una estructura; donde el problema de satisfacer demanda es reemplazado por el problema de su funcionamiento interno efectivo a la hora de tomar decisiones.

EPISTEMOLOGIA, MODELOS Y ESTADO

Maldonado (1987: 325-373) expresa que: “La moderna construcción epistemológica se basa en conocimiento, comprensión y crítica de la realidad social y científica. Se

aprehender si se esquematizan, como lo han realizado Bunge, M. y Maldonado, F. Al hablar de lo: Lingüístico, conceptual y fáctico”. Esto se revela útil para la comprensión y explicación politológica de la realidad actual. El Estado se presenta no sólo como una arena, afirmando Michael Mann (1991): “sino también como la institución capaz de tomar decisiones en un tiempo preciso, y muchas veces limitado”. Esta limitación llega al máximo cuando las presiones provienen del entorno nacional (como por ejemplo, presiones ejercidas por grupos), o internacional (como por ejemplo presiones provenientes de organismos como el Fondo Monetario Internacional). En el nivel conceptual se establecen las construcciones teóricas; como conceptos, categorías e ideas científicas. Y como afirma Maldonado (1987:338) se tiene presente que: “Estas entidades, a diferencia de las fácticas, no constituyen el ser, ni se vinculan con la acción, sino con el conocer”.

Vázquez (2023:23) llega a expresar que: “Es en este nivel abstracto

donde se encuentran los principales modelos explicativos del Estado venezolano; se destaca principalmente el modelo sistémico". Pero antes de hacer las críticas pertinentes a este campo, es necesario explicar el nivel que nos falta: El nivel lingüístico, que es la forma como el nivel conceptual logra expresarse para que se comprenda (relación de designación) lo que en el nivel fáctico se ha producido (relación de referencia). Según esta esquematización se ha podido apreciar epistemológicamente los diferentes niveles donde hemos situado el ser del Estado. Sin embargo, las principales críticas que se han realizado hasta ahora se dirigen al nivel fáctico. Asimismo, la teoría sistémica, desarrollada teóricamente por Easton (1969), tan pronto como surgió, adquirió una relevancia como método explicativo del mirado político. Según esta teoría, que se presenta como un modelo o paradigma a seguir para el especialista, el sistema político está compuesto por la famosa "caja negra que si bien no se sabe qué pasa estrictamente en su interior, lo

importante es saber que se relaciona con su entorno.

Los principales problemas que está viviendo el país en la actualidad son de tipos estructurales. Se desestructuró un sistema, pero todavía no se ha logrado estructurar otro. Esto ha traído consigo problemas de funcionalidad institucional a nivel del Estado. Para un país la coherencia que un sistema y su modelo otorga, tanto para la comprensión analítica de la realidad política como para su posterior explicación, son de vital importancia. Dicha coherencia se expresa en: 1) La eficiencia al satisfacer las demandas, y 2) Apoyo al producirse las decisiones. Sin embargo, en la Venezuela actual el problema de las demandas y apoyos ha sido relegado por el problema de construir una nueva estructura estatal, funcional y eficiente, que pueda superar la disfuncionalidad de la presente. Esta disfuncionalidad estructural queda expresada en la debilidad que presenta el Estado al ejercer la coacción legítima. El hampa desbordada en las principales

ciudades del país, producto en muchos casos de una pobreza extrema, se hace cada vez más políticamente incontrolable.

Hampa, delincuencia y narcotráfico se convierten en problemas políticos cuando el Estado se debilita frente a ellos. O'Donnell (1993:65) quien estudiando el Estado y la Democracia con fina visión estructural ha visto claramente esta labor sociopolítica del Estado, y llega a decir que: “Es un error asociar el Estado con el aparato estatal o el sector público, que indudablemente son parte del Estado, pero no constituyen el todo”. El Estado es también, y no menos primariamente, un conjunto de relaciones sociales que establece cierto orden en un territorio determinado, y finalmente lo respalda con una garantía coercitiva centralizada.

EXPLICACIÓN DE LOS CONCEPTOS ÉTICA, MORAL Y POLÍTICA EN VENEZUELA.

Epicteto, filósofo griego estoico (55-135), que vivió parte de su vida en

Roma afirmó: *“Initium doctrinae sit consideratio nominis”*. “El principio de toda exposición debe ser la consideración de los nombres”. Por los motivos que hemos expuesto en la Introducción, necesitamos atenernos a esta indicación de Epicteto. El primer paso que acometemos es sustituir la disyuntiva “individuo/sociedad” por la perspectiva “distributivo/atributivo”. Reconocemos que, en la historia del pensamiento, es mucho más frecuente la primera disyuntiva. Que sea la más frecuente no significa que sea la más acertada. Efectivamente, los estudiosos han encontrado insuficiencias lógicas. Por eso, la Gnoseología de Bueno, Gustavo (2016) y de algunos de sus discípulos, ha resaltado la importancia de la perspectiva “distributivo/atributivo”.

Los conflictos entre Ética, Moral y Política en la Comunicación Institucional, en lógica clásica, se conoce que un término está distribuido en cualquier proposición cuando hace referencia a todas y cada una de las clases que

representa. Las partes son homogéneas y pueden caracterizarse por una serie de propiedades comunes. Por lo tanto, Bueno (1971:231) “habla de géneros heortológicos, modulantes, como cuando nos referimos al conjunto de todos los vivientes, al de los poliedros regulares, al de los continentes, al de las especies mendelianas, al de partes del cuerpo humano”. Es decir, no todas las notas genéricas parciales se combinan siempre de la misma manera y en la misma proporción.

Ética es todo aquello que afecta a las personas en cuanto son individualizables (no aisladas). Se puede decir que ética es toda praxis humana que contribuya a mantener la fortaleza del sujeto humano y, por tanto, todo comportamiento que suponga el respeto por la integridad del ser humano corpóreo. El mal ético por excelencia es el asesinato (aunque, a veces, la muerte provocada o no impedida de otro pueda considerarse como una virtud ética, en ciertos casos de eutanasia). Pero también son males éticos de

primer orden la tortura, la traición, doblez o simplemente la falta de amistad (o de generosidad). La mentira puede tener un significado ético cuando mediante ella logramos salvar una vida o aliviar una enfermedad. Ya se ha dicho que “la ética es a la medicina lo que la moral es a la política” (Bueno, en García Sierra, 2000: 473-474). “Moral es todo lo que afecta a los individuos o grupos sociales en cuanto los consideramos atributivamente como partes de la sociedad sin posibilidad de operar” (Cfr. En CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2010, vol. 15, p.165-185).

Por tanto, Padilla (2018: 168) llegó a afirmar:

El principio fundamental de la moralidad es la justicia, entendida como la aplicación escrupulosa de las normas que regulan las relaciones de los individuos o grupos de individuos en cuanto partes del todo social: La fuerza de obligar (o impulso) de las normas morales procede, no tanto del individuo, cuanto del control o presión social del grupo, canalizado a través

de un código deontológico o de un sistema de “leyes no escritas” y, no por ello, menos coactivas: la norma de la vendetta obliga a los miembros de la familia con una fuerza mayor, si cabe, que las normas legales de un Estado de derecho.

Se comprende, entonces, que quien mantiene su norma ética sin plegarse a las exigencias de la moral del grupo social o político que le envuelve, “se encontrará con grandes dificultades y tendrá muchas probabilidades de recibir las sanciones del grupo” (Bueno, en García Sierra, 2000, pp. 477-478). Lo esencial es tener en cuenta que el poder político implica siempre la inserción del poder en el contexto de programas y planes orientados a la eutaxia —“buen orden social”— de una sociedad dada, y ésta es la razón por la cual suponemos que el poder político es indisoluble de la palabra, como instrumento suyo. No sólo porque por la palabra puede ser tan compulsiva como la fuerza física que destruye pero también construye.

RELACIONES CONFLICTIVAS ENTRE ÉTICA, MORAL Y POLÍTICA EN VENEZUELA.

Silverio (2010: 169) es discípulo de Gustavo Bueno y ha prolongado la triple distinción, enfocándola desde la perspectiva de las relaciones. Dedicó *Los conflictos entre Ética, Moral y Política en la Comunicación Institucional...* CIC Cuadernos de Información y Comunicación 2010, vol. 15 165-185 169 primera parte de su Tesis Doctoral a este asunto y, a nuestro parecer, abrió una vía original. Las relaciones entre ética, moral y política son dialécticas y tantos cuantos casos entreverados puedan registrarse en los hechos. Sin embargo, podemos diseñar algunas figuras básicas características. Estos tres campos registran fenómenos de no relación, de contradicción, de complementariedad, de dependencia, entre otros. Vamos a fijarnos, en particular, en las relaciones de dependencia de unas respecto de las otras.

También Padilla (2010: 165) afirma lo siguiente:

La clase política es, inicialmente, según su primer estrato, el conjunto de individuos que detentan el poder legislativo y ejecutivo de la capa conjuntiva de un cuerpo político (se excluyen de ella, por tanto, los magistrados del poder judicial, los funcionarios y también los miembros del ejército, en tanto no pertenecen a la capa conjuntiva).

Hasta ayer se pensaba de esta manera, en la actualidad el panorama cambió, desde el mismo ejecutivo se ha invitado constantemente en Venezuela a la participación directa en cuestiones de política gubernamental. En este sentido, vale la pena interpretaciones distintas y ejercitarse en debates novedosos.

LA MORAL Y LA ÉTICA EN LA POLÍTICA PÚBLICA VENEZOLANA.

La ética tiene un importante impacto público en la estabilidad y sostenibilidad del orden social y democrático, pues si el vínculo de confianza entre ciudadanos e instituciones se rompe y las personas no se sienten representadas o

protegidas por las organizaciones, se pueden sentir proclives a apoyar iniciativas políticas no democráticas.

¿Qué se necesita para que el funcionario público pueda tomar decisiones y evaluar políticas alternativas en base a principios éticos y morales?

Se necesita tener muy claro el fin, la meta por la que cobra sentido la administración pública. Es curioso, pero el déficit ético que enfrentan los organismos públicos en general está muy relacionado con una cierta desconexión con los objetivos centrales de estas instituciones. La administración pública existe para servir al interés general; es decir, para promover y proteger el ejercicio de los deberes y derechos de la ciudadanía. Pero a decir de Cortina (1999), en muchos casos la *Res Pública*, que es la cosa de todos, se gestiona como "cosa nostra". En otras palabras, como si se tratase de un organismo diseñado para servir al interés de unos pocos. De tal manera, es primordial que los funcionarios públicos sean la esencia de las instituciones. Así a la hora de tomar decisiones tendrán al interés general

y a los valores democráticos como referencia para la acción.

Respecto a los principios de la ética, ¿de qué manera logran impactar éstos en la función pública?

Cortina (1999) en su último libro *¿Para qué sirve la ética?* “describe extensamente los problemas que genera la falta de ética: dolor humano y mayor gasto público”. Una administración pública inmoral genera desconfianza y hace que se dupliquen los gastos ya que se ofertan servicios privados para realizar acciones y labores que deberían ejecutarse desde la instancia pública. Pero los efectos de la falta de ética en la administración de lo público no se quedan allí, ya que a la desconfianza le sigue la inestabilidad y a ella la inseguridad. Basta el ejemplo de la crisis económica europea, con un mercado interbancario devastado por la desconfianza.

LA CORRUPCIÓN PROBLEMA DE HUMANIDAD

Entre los diez mandamientos de vida que Dios nos señala a los cristianos,

dos de estos están íntimamente vinculados con el respeto a lo ajeno, a saber: No robarás (VII) y No codiciarás los bienes ajenos (X). E igualmente a su vez, Simón Bolívar hizo constar en uno de sus pensamientos: “Los hombres de luces y honrados son los que debieran fijar la opinión pública. El talento sin probidad es un azote”. El tema de la Corrupción no es nuevo. El problema está muy arraigado en la sociedad y se agrava cada vez más en el mundo. Veremos más adelante, que el problema de la Corrupción no está asociado con la existencia de una mayor o menor riqueza nacional, por cuanto países como Haití, que destacan entre los más pobres y con desarrollo humano bajo, presenta un alto grado. En este sentido, el insigne Pietri (1982) declaraba: “nadie duda de que existe la corrupción, pero no tenemos el valor de sancionarla. Y no tenemos el valor porque todos somos parte de esa tolerancia”. En épocas pretéritas, Montesquieu, (1752:105) escribía: “la corrupción de cada régimen político empieza casi siempre por la de los principios”.

RELACIÓN CON EL DERECHO Y LA MORAL

Kelsen (2015: 55-56) identifica al Derecho y a la Moral como “órdenes normativos distintos uno de otro”, aunque el autor especifica que el derecho positivo puede en ciertos casos autorizar la aplicación de normas morales, o sea delegar “en la moral el poder de determinar la conducta a seguir”. Y enfatiza “desde que una norma moral es aplicada en virtud de una norma jurídica, adquiere por tal circunstancia el carácter de una norma jurídica”. Por su parte, Ross (2024) cuando analiza el papel de la conciencia jurídica en la política jurídica, refiere sobre las actitudes morales, y así comienza señalando:

No todas las acciones humanas son interesadas (motivadas por una necesidad)...entre las acciones desinteresadas las más importantes son las acciones sugeridas o persuadidas”. Ahora bien, las consideraciones de los filósofos del Derecho anteriores nos sugieren que el concepto de moral no es unívoco, y que igualmente responde a valores y circunstancias.

Atendiendo lo observado, nos encontramos en la normativa sobre la materia, que cuando la Constitución Nacional, la Ley Contra la Corrupción y la Convención Interamericana contra la Corrupción, entre otros instrumentos normativos, disponen sobre la necesidad de preservar la ética pública y la moral administrativa, se orientan a prevenir la Corrupción mediante normas jurídicas de índole moral en ámbitos y bajo circunstancias determinadas.

En la Exposición de Motivos de la Constitución de 1999, se considera sobre los nuevos poderes ciudadano y electoral. El Poder Ciudadano se ejerce por el Consejo Moral Republicano, integrado por el Defensor del Pueblo, el Fiscal General y el Contralor General de la República (Art. 273) y los órganos correspondientes son: la Defensoría del Pueblo, el Ministerio Público y la Contraloría General de la República. Igualmente, en la Carta Magna se establece que el patrimonio moral de la República y sus valores, se fundamentan en la doctrina del Libertador (Art. 1), que el país se constituye en un Estado Democrático

y Social de Derecho y de Justicia, que propugna entre los valores superiores del ordenamiento jurídico, la democracia, la responsabilidad social, y en general, “la preeminencia de los derechos humanos, la ética y el pluralismo político” (Art. 2). También la Ley Contra la Corrupción (T.I.C. II, Arts. 6 al 22) persigue prevenir la corrupción y salvaguardar el Patrimonio Público, bajo la determinación de principios morales. Por su parte, en el Preámbulo de la Convención Interamericana contra la Corrupción se deja constancia sobre el convencimiento de los Estados Miembros de la Organización de Estado Americanos (OEA), que la corrupción “socava la legitimidad de las instituciones públicas, atenta contra la sociedad, el orden moral y la justicia, así como contra el desarrollo integral de los pueblos” y que están persuadidos de “que el combate contra la corrupción fortalece las instituciones democráticas, evita distorsiones de la economía, vicios en la gestión pública y el deterioro de la moral social” (Ley Aprobatoria de la Convención Interamericana contra la Corrupción, G.O. No. 36.211 del 22

de mayo de 1997). Atendiendo a los anteriores lineamientos, la Contraloría General de la República dictó el Código de Ética para el funcionario público, inspirada en el fin primordial de la existencia de ese Organismo, de “velar por la correcta administración del patrimonio público y luchar contra la corrupción y por la eficiencia en la función pública, objetivos esenciales de la democracia” (Resolución No. 019 del 12 de mayo de 1997, G. O. No. 36.268 del 13 de agosto del mismo año).

EL PROBLEMA VISTO POR LOS FILÓSOFOS POLÍTICOS: LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN COMO UNO DE LOS OBJETIVOS ESENCIALES DE LA DEMOCRACIA.

Maquiavelo pone de relieve crudamente el problema de las relaciones entre la política y la moral, y esto se desprende cuando escribe: Pues bien miradas las cosas, se encuentra que, así como hay ciertas cualidades que parecen ser virtudes y que causarían la ruina del príncipe, igualmente hay otras que parecen ser

vicios y de las cuales, sin embargo, pueden resultar su conservación y su bienestar” (Chevallier, 2003: 34).

En esta misma línea va Montesquieu en su famosa obra *“El Espíritu de las Leyes”*, donde considera la Corrupción de los Principios en los Tres Gobiernos (democracia, aristocracia y monarquía), y destaca como idea general que la Corrupción de cada régimen político “empieza casi siempre por la de los principios” (Chevalier, 2023: 105). Así el autor establece sobre la Corrupción de los principios de la democracia, aristocracia y monarquía. De esta manera, el principio de la democracia degenera, “no solamente cuando se pierde el espíritu de igualdad, sino cuando se extrema ese mismo principio”; así desaparece la virtud de la República como señala el (Chevalier, 2023: 105).

La aristocracia se corrompe “cuando el poder de los nobles se hace arbitrario: Y la monarquía se pierde”, “cuando el príncipe supone que muestra más su poder cambiando el orden de cosas que ajustándose a lo establecido”; “cuando separa a algunas de sus funciones naturales

para dárselas a otros”; y “cuando se atiende más a sus caprichos que a sus voluntades”, y “...cuando el príncipe, refiriéndolo todo a sí mismo, piensa que su capital es el Estado, su Corte la capital, y su persona la Corte” Por su parte, cuando Rawls (1996: 24) formula su Teoría de la Justicia, plantea que “la justicia como equidad pretende ser una concepción política de la justicia”, y aclara que esta es una concepción moral destinada a un ámbito específico de aplicación: “las instituciones políticas, sociales y económicas” (Rawls, op.cit) y determina que la justicia como equidad “difiere de las doctrinas morales tradicionales”. Desde el punto de vista de la comprensión relacionada al objeto de estudio de la conducta humana se considera a la Corrupción como el Soborno entre las manifestaciones del autointerés oportuno, a este último entre las tres variables que son motivadoras de la conducta, constituyen el Cemento de la Sociedad. Aquí consideramos a la Corrupción y el Soborno cuando definen la ineficiencia administrativa. En la forma anterior, como el autor considera, estamos ante paradojas

del orden social, porque se declara que debe velar y garantizar conductas que aseguren la participación y bienestar de todas las personas.

CORRUPCIÓN EN VENEZUELA

La Corrupción ha estado tan arraigada al quehacer público en nuestro país, que el común de la gente ya sin vergüenza clama al jerarca: “a mí no me des dinero, sino que ponme donde haya”. Y es así como este problema se constituye en un lamento nacional, por sus repercusiones sobre el patrimonio público y su incidencia sobre las limitaciones para garantizar el bienestar colectivo. De ahí, que fecha reciente, en Asamblea Ordinaria de Arzobispos y Obispos de Venezuela, fue emitido un comunicado titulado: “La Paz Camino para la Verdadera Democracia”, en el cual dejan constancia sobre el deterioro de la paz y la convivencia, debido a la grave situación política y socio-económica en el país, citando entre los factores generadores de la situación, la creciente Corrupción, y concluyen: “Jesucristo es nuestra

esperanza...Como pastores, invitamos a los venezolanos a renovar nuestra fe, con la esperanza de construir una Patria más justa y más digna...Unidos en la oración, pidamos....para que nuestro país encuentre la senda de la reconciliación y la paz...” (SIC, 2026: 17).

Baptista y Mommer (1987: 47-48) mencionan que el surgimiento de la riqueza petrolera en Venezuela, se plantea acerca de la creciente dependencia del país en relación con el petróleo, lo que genera un problema moral, ya que “la sociedad venezolana, que consume lo que no es producto de su propio esfuerzo productivo, actúa ilícitamente y se corrompe” En este sentido, diversas consideraciones hace Pietri (1990: 177) sobre el impacto del petróleo en la sociedad venezolana, hasta establecer “la trágica paradoja de la pobreza y la riqueza”, por cuanto en poco más de diez años (entre 1973 y 1984), el país recibió un “flujo descomunal de dólares producidos por la explotación petrolera y a pesar de lo anterior, ese “inmenso torrente de riqueza monetaria”, Venezuela ha

estado ante una difícil situación económica, agobiada por una injustificada deuda, con un elevado índice de desempleo y un proceso inflacionario creciente. Por lo que estos autores llegaron a decir: “El capitalismo del Estado falseó las bases que hubieran permitido un desarrollo sano y orgánico de la economía del país, malbarató enormes recursos que pudieron destinarse a educación, salud, vivienda, familia y la formación para una vida digna y productiva” (p.22). De ahí la insistencia del autor en “sembrar el petróleo”, nos referimos a Arturo Uslar Prieti. También Rómulo Betancourt analizó el tema del petróleo, relacionándolo con la política, y establece cómo ha sido en el tiempo la política del Estado ante esta riqueza, entre dictaduras y democracia.

CORRUPCIÓN Y PARTIDOS POLÍTICOS

Tanta importancia atribuyó el Libertador al valor de la honestidad, que en carta al General Páez (26 de marzo de 1828), le manifestaba: “El modo de gobernar bien es el de

emplear hombres honrados, aunque sean enemigos. Ahora bien, para nadie ha sido un secreto, que, en la historia nacional, grupos económicos se han vinculado con organizaciones políticas, y así definen funcionarios en los distintos ámbitos del Poder Público, y se garantizan prebendas. Igualmente, el ingreso a la función pública se hace por vía de los partidos, sin asegurar la idoneidad necesaria del trabajador, y alterándose así el sistema de méritos con base al cual ha de producirse esta incorporación, así como también los movimientos de personal correspondientes. Necesariamente los partidos políticos deben retomar su rol de “representar la comunidad política” y garantizar la efectiva conciliación del interés privado con el público (Sic, 1988: 5). El funcionamiento del Estado se ve afectado por la Corrupción, lo que lleva a considerar que esta sea percibida como un problema político. Se trata de un mal arraigado en la sociedad, que se traduce en un grave problema con dimensión ética y social.

MARCO NORMATIVO PARA COMBATIR LA CORRUPCIÓN

Normas Nacionales

En nuestro país la Corrupción se ha concebido como hecho punible, en virtud de la lesión que se genera en el patrimonio público. Así, en los primeros tiempos fue regulada por el Código Penal, luego fue aprobada una normativa especial, la Ley Orgánica de Salvaguarda del Patrimonio Público, y finalmente, esta ha sido derogada, y en su lugar rige la Ley Contra la Corrupción (G.O. N. 5.637 E. Del 07-04-2003). En el tiempo la aplicación de la normativa descrita no ha sido efectiva, los gobernantes de todos los tiempos se han enriquecido en perjuicio del patrimonio público y afectando el bienestar de todos los venezolanos, pero no conocemos de alguna persona que efectivamente haya cumplido la pena correspondiente, ni resarcido al Estado por esta razón. La historia tan solo cuenta entre las acciones efectivas, la famosa detención del chinito de RECADI. Por otra parte, dentro de la normativa correspondiente, podemos citar la existencia de los Códigos de Ética

Profesional, en base a los cuales las Corporaciones Profesionales, por intermedio de sus Tribunales Disciplinarios, buscar mantener el decoro profesional. Recientemente fue aprobado el Código de Ética del Juez (2009), aunque consideramos que, por falta de norma especial, los Jueces en el tiempo no han actuado con mayor o menor apego a la ética. Igualmente, la Ley del Estatuto de la Función Pública, impone entre los deberes de los funcionarios públicos: “Vigilar, conservar y salvaguardar los documentos y bienes de la Administración Pública confiados a su guarda, uso o administración” (Art. 33, Ord. 7).

Por otro lado, citamos de nuevo la Resolución de la Contraloría General de la República (N. 019 de fecha 12 de mayo de 1997, G. O. N. 36.268 de fecha 13 de Agosto del mismo año), antes de estar incorporada al Poder Ciudadano de nuestro tiempo, mediante la cual se dicta el Código de Ética para el funcionario Público. Este instrumento está compuesto por dos artículos, uno de ellos conformado por un decálogo de deberes que indica corresponden a los

funcionarios públicos, y el otro, que contiene un exhorto a tales funcionarios de ajustar su conducta, en el desempeño de sus funciones, a tales normas. Definitivamente, el problema no es de leyes, sino la inexistencia de la voluntad necesaria para su cumplimiento, por una parte, del destinatario de la norma, por la otra de la rama del Poder Público que debe velar por su cumplimiento, e igualmente del Poder que debe castigar a los infractores de las normas.

Normas Internacionales

Debemos partir de la Declaración Universal de los Derechos Humanos (aprobada en el seno de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) el 10 de diciembre de 1948), que contempla el derecho de toda persona a participar en el gobierno de su país (Art. 21, Ord. 1). Y en este mismo sentido está la Carta Democrática Interamericana (aprobada en el seno de la OEA el 11 de septiembre de 2001), que reconoce el derecho a la democracia de los pueblos de América, y el deber de los gobiernos de promoverla y

defenderla (Art. 1), y establece como componentes fundamentales de la democracia, la transparencia de las actividades gubernamentales, la probidad, la responsabilidad de los gobiernos en la gestión pública (Art. 4).

Por otra parte, los Estados Miembros de la Organización de Estados Americanos OEA, entre los que figura el país al cual pertenecemos, suscribió en nuestra capital de Caracas, el 29 de marzo de 1996, la antes considerada Convención Interamericana contra la Corrupción, que fue incorporada al derecho interno, previa aprobación por el ente legislativo correspondiente (G.O. N. 36.211 de fecha 22 de mayo de 1997), bajo el convencimiento de los países de la necesidad de adoptar cuanto antes un instrumento internacional que promueva y facilite la cooperación internacional para combatir la corrupción y, en especial, para tomar las medidas apropiadas contra las personas que cometan actos de corrupción en el ejercicio de las funciones públicas o específicamente vinculados con dicho ejercicio; así como de los bienes

producto de estos actos (Preámbulo de la Convención). En este sentido, el mismo año de 1996, las Naciones Unidas aprobó una resolución titulada Declaración contra la Corrupción y los Sobornos en las Transacciones Comerciales Internacionales, con el propósito de penalizar los sobornos, detener su deductibilidad impositiva y fomentar el desarrollo de códigos empresariales de conducta. Aun cuando el punto de partida de la Corrupción lo encontramos en lo político, ya que está ligada “al grado de institucionalización del sector público (y) es una manera de influir en las decisiones públicas” (Bobbio, Matteucci y Pasquino, citados por Magali Pérez, 1998: 35), también presenta un componente social, a decir de los mismos autores, le liga “al ritmo del cambio social y a la cultura de las élites y de las masas”. El problema sigue siendo como lo indica Kliksberg (2002:127). Cuando parafraseándolo se llega a decir el estado actúa con maniqueísmo, y esto lo ubica entre las diez falacias sobre los problemas económicos y sociales de América Latina. El autor plantea que “se ha deslegitimado la

acción del Estado, ya que se ha asociado la idea de Estado con corrupción, con incapacidad para cumplir eficientemente las funciones más mínimas, con grandes burocracias, con despilfarro de recursos”. Y que esta falacia del maniqueísmo del Estado lleva a consecuencias muy concretas “al deslegitimar su acción deja abierto el terreno para su debilitamiento indiscriminado. En países como el nuestro está comprobado que la lucha contra la Corrupción no es más efectiva creando más figuras delictivas ni aumentando las sanciones penales, sino educando a la población y fomentando valores ciudadanos orientados a preservar la decencia pública y la moralidad administrativa. Más hacemos en ese sentido creando conciencia colectiva sobre la importancia de la probidad personal y la transparencia de la actividad gubernamental, y en esto es muy importante el papel que debe jugar el sistema educativo.

**REFORMAR EL PENSAMIENTO Y
ACTUACIÓN DE LOS
VENEZOLANOS DESDE LA**

COMUNICACIÓN TRANSFORMADORA.

Reformar el pensamiento es el lema en el campo de la educación y se comparte con las ideas y concepciones de Edgar Morín. Antes de reformar la educación, urge reformar el pensamiento. Por lo tanto, en Venezuela antes de hablar de reformas, los Políticos y Educadores en comunicación deberían iniciar por el personal. Desde el punto de vista de la Comunicación podemos contar con Licenciados, Especialistas, Magister y hasta con Doctores y Post doctorados y lamentablemente estamos y no salimos del atolladero. Hay que iniciarse por la persona humana, tratar en lo posible de ir pasando por cambio de paradigmas y maneras de proceder. E igualmente en el campo de la acción política, los agentes políticos cambiar de paradigma, esa vieja forma de hacer política en la actualidad no sirve para nada. Cambiar y dejarse cambiar en la acción más inmediata que realizar.

La dimensión política en todo el quehacer de una sociedad no puede

ser lo esencial de lo existencial. Lamentablemente en Venezuela la politiquería es lo existencial por encima de lo esencial y por eso en estos momentos andamos como volantín sin rabo y cabizbajos, la orientación política se ha confundido con las orientaciones politiqueras de una Nación. Como venezolanos no podemos continuar siendo cómplices de innumerables errores tras errores de un sistema manipulador de conciencias e instaurador de males tras males. La actuación de los compatriotas debe cambiar de esa mentalidad de pobreza por mentalidad de progreso y construcción de una sociedad justa y civilizada a través de una auténtica educación transformadora. A Venezuela le encanta repetir lo que ya se ha dicho o copiar viejos esquemas de países hermanos. Esto no puede continuar, la invitación es producir hasta lo necesario irrumpiendo con lo establecido sin pretender ser cabeza caliente ni mucho menos opositor, es cuestión de justicia.

Tanto la Comunicación como los agentes de la política han de estar centrados en el horizonte de las transformaciones, pero de manera muy especial en los cambios de conducta de los venezolanos. Por ejemplo, continuar diciendo que 2 más 2 son 4, que la ciencia tiene verdades absolutas, es caer en grandes y graves problemas. Urge romper esquemas aprendidos y hasta trasnochados de la vieja escuela reinante llamada positivista. En fin, Educación y Política, están llamados a cambiar de rumbos y se generen nuevas opiniones y postulados a la verdad establecida. En este sentido, jamás la verdad puede ser encarcelada, de allí que el tema desarrollado acerca de ética y moral y porque no pensar, soñar y hasta proponer una idoneidad llamada Etimoralidad probada en el campo profesional, social, religioso, político y cultural de una sociedad desde todos sus niveles.

CONSIDERACIONES FINALES

El funcionamiento del Estado se ve afectado por la corrupción, lo que lleva a considerar que esta sea

percibida como un problema político. Se trata de un mal arraigado en la sociedad, que se traduce en un grave problema con dimensión ética y social. Aun cuando el punto de partida de la corrupción lo encontramos en lo político, ya que está ligada al grado de institucionalización del sector público y es una manera de influir en las decisiones públicas también presenta un componente social, a decir de los mismos autores al ritmo del cambio social y a la cultura de las elites y de las masas. Desde el punto de vista práctico, queda demostrado que valores como la probidad personal y la transparencia de la actividad gubernamental están asociados a concepciones morales de los pueblos, y que indicadores como el índice de desarrollo humano (IDH) permiten asociar mejores condiciones intelectuales de los habitantes de un país, con mayor transparencia, antes que el excedente de recursos que pudiera representar el Producto Interno Bruto (PIB).

La situación como se ha planteado y desarrollado sobre la cuestión de ética y moral hasta los momentos

continúa siendo vista desde el episteme, es decir, desde la mirada y criterio subjetivo. Ahora bien, nuestra propuesta es avanzar hacia una ética y moral heterónoma sin descuidar lo autónomo. En lo referente a países como el nuestro está comprobado que la lucha contra la corrupción no es más efectiva creando sanciones a más figuras delictivas ni aumentando las sentencias punitivas penales, sino educando a la población y fomentando valores ciudadanos orientados a preservar la decencia pública y la moralidad administrativa. Más hacemos en ese sentido creando conciencia colectiva sobre la importancia de la probidad personal y la transparencia de la actividad gubernamental, y en esto es muy importante el papel que debe jugar el sistema educativo. Por lo tanto, la ética de las instituciones públicas no es subjetiva, no se restringe a la intuición y valores personales. Por esa razón, es esencial que los profesionales de la administración se formen y entrenen en el razonamiento ético propio de la actividad vinculada a la gestión pública. Un razonamiento de carácter intersubjetivo, con unos

principios mínimos, que pueden ser compartidos por la ciudadanía en general y que deben ser encarnados por las organizaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Asamblea Nacional Constituyente. **Constitución**, Gaceta Oficial No. 5.453 del 24 de marzo. 2000, p. 32.

Asamblea Nacional Constituyente. **Ley Contra la Corrupción**, Gaceta Oficial No. 5.637 del 07 de abril. 2003, p. 35.

Andara, José. (2016). **Ética**. Fundación Empresas Polar, Caracas, p. 98.

Baptista, Asdrúbal y Mommer, Bernard (1987). **El Petróleo en el Pensamiento Económico Venezolano**. Caracas, Ediciones IESA, p. 166.

Betancourt, Rómulo (1986). **Venezuela: Política Petróleo**. Caracas, Colección Tiempo de Venezuela, Monte Ávila Editores, p. 45.

Bueno, G. (1971). **Etnología y utopía**. Géneros heortológicos. Barcelona, p. 45.

Castellano, A (2024). **Alocución Presidente Chávez**. Caracas, p 12.

CEPAL (ILPES)(2024). **Planificación económica**. México, p. 42.

Chevalier, J (2003). **Las Grandes Obras Políticas del Absolutismo**. Maracaibo, Impreso por Editorial Astrea, p.133.

CIC. (2010). **Cuadernos de información y comunicación**. Vol. 15, p. 185

Chirino, Jonny. (2023) **Ética y Moral un conflicto a resolver en Venezuela**.Uptag, p.100.

Chirino, Jonny. (2025). **La Ética más allá de cinco letras**. Arquidiócesis de Coro, p.33.

Combellas, Ricardo (2008) **"Introducción al Sistema Político Venezolano"**. Revista Venezolana de Ciencia Política. CEPSAL-Postgrado de Ciencia Política. Universidad de Los Andes. Año 1, N° 2; Agosto, pp. 27 -48.

Combellas, Ricardo (2008). **La Democratización de la Democracia**. IFEDDEC, Caracas, p.69.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, 1999, p. 210.

Contraloría de la República (1997). **Ley Aprobatoria de la Convención Interamericana Contra la Corrupción**, Gaceta Oficial No. 36.211 del 22 de mayo, p. 210.

Contraloría de la República (2007). **Resolución por la que se dicta el Código de Ética para el funcionario público**, Gaceta Oficial No. 36.268 del 13 de agosto.p.47.

Dussel, E. (1973. **Ética de la Liberación**. Trotta, Madrid, p. 156.

ELSTER, Jon (2024). **El Cemento de la Sociedad**. Relatoría por Lucrecia Morales García. Herder, Barcelona, p. 230.

Easton, David (1969). **Esquema para el análisis político**. Amorrortu. Buenos Aires, p. 50.

Federación de colegios de abogados de Venezuela (1985). **Código de Ética Profesional del Abogado Venezolano**. Gaceta Oficial No. 33.3324 del 08 de octubre, p. 77.

García, M. (2000). **Ética del olvido**. Herder, Barcelona, p. 222.

Hernández B. (2002). **La Corrupción en Venezuela**. Caracas, 2º edición, Colección Temas de Actualidad No. 2, SIC Caracas, p. 66.

Kelsen, Hans. (2001). **Teoría Pura del Derecho**. Buenos Aires, Decimoséptima Edición, Editorial Universitaria de Buenos Aires, p.109.

Kliskberg, Bernardo (2002). **Hacia una Economía con Rostro Humano**. Maracaibo, Editado por el Fondo de Cultura Económica, la Oficina de Planificación del Sector Universitario y la Universidad del Zulia. P.140.

Knoll, M. (2018). **Filosofía política y la ética**. *Turkish university*, p.112.

Mann, Michael (1991) "El poder autónomo del Estado: Sus orígenes mecanismos y resultados". Zona Abierta. España, p. 50.

Maldonado V., Fabio (2017). **"La distinción epistemológica entre los niveles lingüístico, Conceptual y Fáctico"**. Revista venezolana de Ciencia Política, Caracas, p. 116.

Maldonado V., Fabio (2009). **"La verificación científica: Vicisitudes**

de su uso". Revista Venezolana de Ciencia Política, Caracas, p. 220.

Maldonado V., Fabio (1991). **"Pensar la epistemología"**. Revista Venezolana de Ciencia Política. Universidad de Los Andes, Año IV, N° 7-8, Agosto, pp. 39-52.

Maldonado V., Fabio (1987). **"Mario Bunge y la ciencia como proceso y producto"**. Revista Venezolana de Ciencia política. Caracas, p. 78.

Michael, M (1991). **Estado y poder**. Herder, Barcelona, p. 180

Mols, Manfred (1987) **La Democracia en América Latina**. Editorial Alfa. Estudios Alemanes. Traducción de Jorge M. Seña. Barcelona, p. 178.

Montesquieu, Charles (1752). **El Espíritu de las Leyes**, Bogotá, Ediciones Universales, p. 112.

Morín, E (2023). **La Complejidad**. Trillas, Madrid, p. 202. Invesp, Universidad de Miami. Edit. Nueva Sociedad. Caracas.

Naranjo, A. (2024). **Ética y responsabilidad**. CLRC, Brasil, p. 122.

Naim, Moisés (1998). **Las Empresas Venezolanas: Su Gerencia**. Caracas, Ediciones IESA, p. 98.

Njaim, Humberto (1987). **Ocaso y Exclusión en el Sistema Político Venezolano**. En Vicente Magallanes M. (dir.). **Sistemas Electorales, Acceso al Sistema de Partidos**. CSE, Colección Cincuentenario. N° 3. Caracas, p. 92.

Njaim, Humberto (1992). **"Balance y Perspectivas del Sistema Político Venezolano"**. Diario de Caracas, Edición Aniversario, 30 de abril, p. 6.

Ley Orgánica del Plan de Desarrollo de la Patria 2025-2031. Carcas, p.233.

Organización de estados americanos (OEA). **Carta Democrática Interamericana**, firmada en el Vigésimo Octavo Periodo Extraordinario de Sesiones, el 11 de septiembre de 2001, en Lima, Perú, p. 20.

O'donnell, Guillermo (1993) **"Estado, Democratización y Ciudadanía"**. Nueva Sociedad. Nov-Dic.1993. N° 128, p. 87.

Padilla, G (2018). **Cuadernos de información y comunicación**. San Pablo, Bogotá, p.126.

Pérez, Magali (1998). **Las cuatro esferas del comportamiento organizacional en el contador: mente, cuerpo, alma y espíritu**. Universidad Veracruzana, México, p.123.

Piñango, Ramón. **El Caso Venezuela: Una Ilusión de Armonía**. Caracas, 4º edición, Ediciones IESA. 1988, p. 38.

Silverio, R. (2010). **Ética**. Académicas, Trillas México, 255.

Revista SIC (2022). **"La gente si cree en la democracia como método, pero hay desencanto con los fines"**. Por Virtuoso, Francisco. Centro Gumilla, Caracas. Año LXXXIV/N.840/ Julio-Agosto, p.56.

Reyes, Juan Carlos (1999). **El Sistema de Partidos Venezolano**, en 12 Textos Fundamentales de la Ciencia Política Venezolana, Caracas, Editado por Instituto de Estudios Políticos, Facultad de

Ciencias Jurídicas y Políticas, Universidad Central de Venezuela, p. 120.

Revista Venezolana de Ciencia Política (2007). Cepsal-Postgrado de Ciencias Políticas. Universidad de Los Andes, Año I, N° 1, diciembre, p. 325-375.

Ross, Alf. **Sobre el Derecho y la Justicia**, Traducido por Genaro Corrió, Cuarta Edición, Argentina, Editorial Universitaria de Buenos Aires. 1977, p. 65.

Sosa, Arturo (1988). **Los Partidos Políticos en Venezuela**. En Revista SIC, Vol. VI. N. 3. Curso de Formación Sociopolítica, Centro Gumilla, Caracas, p. 66.

Terán, Beatriz (2018). **La ética y lo afirmativo venezolano**. Ucla, p. 80.

Uslar Pietri, Arturo (2009) **Los Venezolanos y el Petróleo**. Caracas, Editado por Banco Venezuela, p. 69.

Uslar Pietri, Arturo (1982) **Educación para Venezuela**. Caracas, Editado por Banco Venezuela, p. 124.

Vázquez, A (2023). **Referentes ideológicos y filosóficos de la Revolución Bolivariana de Venezuela**. Madrid, p.126.

Velásquez, Ramón J. (1976) **Venezuela Moderna. Medio Siglo de Historia: 1926-1976**. Fundación Eugenio Mendoza, Caracas, p. 111.

Vidal, Marciano (1995), **Moral de la persona**, Barcelona, p.350

**RACIONALIDAD COMUNICATIVA AFROANCESTRAL: PRAXIS
EMANCIPADORA Y RESISTENCIA SIMBÓLICA EN LAS COMUNIDADES
AFROVENEZOLANAS.**

AUTOR:

AULAR HERNANDEZ, JOSE MANUEL

Resumen

Este artículo analiza la racionalidad afroancestral en Venezuela como una praxis comunicativa emancipadora frente a la hegemonía del proyecto de modernidad occidental. El estudio aborda la "invisibilización semiótica" de las comunidades de Barlovento, Puerto Cabello y el Sur del Lago de Maracaibo, donde los saberes tradicionales han sido relegados al terreno del folclore por una racionalidad instrumental que prioriza el control técnico. A través de una triangulación teórica que integra el racionalismo crítico de Popper, la acción comunicativa de Habermas, la sociología comprensiva de Weber y el materialismo histórico, se examina cómo el "mundo de la vida" afrovenezolano resiste a la "jaula de hierro" burocrática. Los hallazgos demuestran que el tambor, el rito y estructuras como el Cumbe y el Conuco no son meras expresiones estéticas o económicas, sino dispositivos de comunicación intersubjetiva que sostienen la solidaridad social y la reproducción de la vida frente a la acumulación de capital. A diferencia del solipsismo individualista de la razón técnica, esta racionalidad se fundamenta en una "intersubjetividad rítmica" donde el entendimiento se logra a través de la corporalidad y la memoria ancestral como pretensiones de validez. Se concluye que la descolonización de las Ciencias de la Comunicación en Venezuela exige el reconocimiento de estos sistemas de significación como paradigmas vigentes. La propuesta de una racionalidad comunicativa afroancestral ofrece, así, una alternativa descolonial para la soberanía comunicacional y la justicia histórica, reivindicando el derecho de las comunidades a ser sujetos de su propio discurso y destino social en el siglo XXI.

Palabras clave: Racionalidad comunicativa, Afrovenezolanidad, Teoría Social, Acción Comunicativa, Resistencia simbólica.

ABSTRACT

This article analyzes afro-ancestral rationality in Venezuela as an emancipatory communicative praxis against the hegemony of the Western modernity project. The study addresses the "semiotic invisibility" of the communities of Barlovento, Puerto Cabello, and the South of Lake Maracaibo, where traditional knowledge has been relegated to the realm of folklore by an instrumental rationality that prioritizes technical control. Through a theoretical triangulation integrating Popper's critical rationalism, Habermas's communicative action, Weber's comprehensive sociology, and historical materialism, it examines how the Afro-Venezuelan "lifeworld" (Lebenswelt) resists the bureaucratic "iron cage." The findings demonstrate that the drum, the rite, and structures such as the Cumbe and the Conuco are not merely aesthetic or economic expressions, but devices of intersubjective communication that sustain social solidarity and the reproduction of life against the accumulation of capital. Unlike the individualistic solipsism of technical reason, this rationality is grounded in a "rhythmic intersubjectivity" where understanding is achieved through corporeality and ancestral memory as validity claims. It is concluded that the decolonization of Communication Sciences in Venezuela requires the recognition of these sign systems as current paradigms. The proposal of an afro-ancestral communicative rationality thus offers a decolonial alternative for communicative sovereignty and historical justice, vindicating the right of communities to be subjects of their own discourse and social destiny in the 21st century.

Keywords: Communicative rationality, Afro-Venezuelan identity, Social theory, Communicative action, Symbolic resistance.

Introducción

La modernidad, entendida como un proyecto de racionalización global, ha impuesto históricamente un modelo de comunicación monológico y técnico que relega los saberes ancestrales al terreno de lo irracional. En el contexto venezolano, las comunidades afrodescendientes de Puerto Cabello, Barlovento y el Sur del Lago de Maracaibo, entre otras han sido víctimas de una "invisibilización semiótica", donde su racionalidad no es reconocida como un sistema de conocimiento, sino como parte del folclore cultura e identidad. Esta investigación se propone analizar la racionalidad afroancestral como una praxis comunicativa emancipadora, capaz de ofrecer alternativas frente a la crisis de los modelos de desarrollo occidentales.

El problema central radica en la hegemonía de la racionalidad instrumental, la cual, en términos weberianos, ha construido una "jaula de hierro" comunicacional que prioriza la eficiencia y el control sobre el entendimiento mutuo. Frente a esto, surge la necesidad de rescatar

el "mundo de la vida" (Habermas) de las comunidades afrovenezolanas, donde el lenguaje, el rito y el tambor funcionan como dispositivos de acción comunicativa que sostienen la solidaridad social. No se trata solo de un estudio antropológico, sino de un análisis desde la Epistemología de la Comunicación que busca entender cómo se significa la realidad desde la periferia.

Para abordar esta complejidad, el artículo se apoya en una triangulación teórica que incluye el racionalismo crítico de Popper, la teoría de la acción comunicativa de Habermas, la sociología comprensiva de Weber y el materialismo histórico. Este marco permite observar cómo el Cumbe y el Conuco, más que estructuras económicas, son espacios de flujo informativo y resistencia simbólica. El objetivo es demostrar que la afrovenezolanidad, posee una lógica de existencia racional que antepone la reproducción de la vida y el tejido comunitario a la acumulación de capital, ofreciendo un nuevo paradigma para las ciencias de la comunicación en el siglo XXI.

Finalmente, la investigación sostiene que la descolonización de la comunicación en Venezuela pasa necesariamente por el reconocimiento de estos sistemas afroancestrales. Al integrar la tradición con la crítica, se abre la posibilidad de una planificación nacional que no sea impuesta desde arriba, sino que emerja del diálogo entre los diversos mundos de la vida que conforman la nación. Esta introducción sienta las bases para un debate necesario sobre la justicia histórica y la soberanía comunicacional en la región, reivindicando el derecho de las comunidades afrodescendientes a ser sujetos de su propio discurso y destino social.

La racionalidad cuatro perspectivas

El debate contemporáneo sobre la modernidad exige un replanteamiento profundo del concepto de racionalidad, elemento determinante en la configuración de las sociedades actuales. Desde las perspectivas fundacionales de Max Weber, la racionalidad ha sido entendida como

un proceso de desencantamiento del mundo, donde la acción social se desplaza desde los valores tradicionales hacia una lógica instrumental y burocrática, a menudo descrita como una "jaula de hierro" que condiciona la libertad individual. Este fenómeno no es exclusivo de los centros de desarrollo global; por el contrario, interpela directamente a las sociedades latinoamericanas, las cuales se debaten entre el rezago histórico y la necesidad de integrarse a un modelo de avance científico-técnico que promueva un bienestar integral, tanto físico como espiritual. En este escenario, el análisis de la racionalidad no puede limitarse a una sola dimensión. Mientras que Karl Popper propone un racionalismo crítico basado en la comunicación interpersonal y el intercambio de ideas como defensa contra el dogmatismo, autores como Jürgen Habermas extienden esta visión hacia una teoría de la acción comunicativa. Para Habermas, la razón reside en la capacidad intersubjetiva de generar consensos a través del lenguaje, buscando una validez universal que trascienda la mera eficacia técnica.

Por otro lado, el materialismo histórico aporta una lectura crítica al señalar que la racionalidad, en el contexto del capitalismo monopolístico, tiende a reducirse a una lógica de beneficio privado, planteando la urgencia de transitar hacia una "racionalidad social" donde el plan económico se supedita al bienestar colectivo y a la organización consciente de las fuerzas productivas.

El propósito de este artículo es analizar estas diversas vertientes teóricas para inferir supuestos que permitan comprender la racionalidad en el contexto específico de las instituciones y sujetos en América Latina. A través de una revisión documental y crítica, se busca determinar si es posible construir una racionalidad propia que no solo responda a las exigencias de la técnica y el mercado, sino que también rescate la dimensión humana, ética y comunicativa de la acción social. De este modo, la investigación aborda el fenómeno desde los planos metateórico y empírico, reconociendo que la liberación del hombre moderno

depende, en última instancia, de su capacidad para transformar las estructuras de su propia realidad histórica.

Weber define la racionalidad como una interacción social donde los sujetos orientan sus acciones por fines o valores compartidos. Esta dinámica permite alcanzar acuerdos racionales que resuelven conflictos y organizan los objetivos colectivos dentro de la modernidad. Sin embargo, advierte que la estructura burocrática o "jaula de hierro" puede deshumanizar este intercambio, limitando la libertad individual. Por ello, es vital comprender la técnica y la ciencia para que el hombre pueda transformar su propio destino social. Finalmente, propone que sociedades como la latinoamericana deben construir una racionalidad propia para superar sus crisis estructurales.

Por su parte, Popper define la racionalidad como un proceso de comunicación interpersonal basado en el intercambio intelectual y la crítica mutua. La razón no es un ente colectivo, sino un producto del diálogo entre individuos que utilizan el lenguaje para resolver problemas

mediante argumentos. Esta actitud requiere un "racionalismo crítico" que acepte las limitaciones propias y fomente la libertad de pensamiento frente al dogmatismo. Por ello, la comunicación efectiva solo es posible en sociedades que protejan institucionalmente el libre juego de las ideas. El autor vincula esta práctica con una decisión moral que prioriza el respeto al otro y la responsabilidad sobre las consecuencias del discurso. Así, el lenguaje común de la razón se convierte en el medio para alcanzar el igualitarismo y la justicia social. Finalmente, la comunicación racional es la herramienta esencial para planificar una sociedad libre, humanitaria y alejada de la coacción. Asimismo, Habermas sitúa la racionalidad en el uso que los sujetos capaces de lenguaje y acción hacen del conocimiento para lograr el entendimiento. Superando la visión instrumental, propone una "racionalidad comunicativa" basada en el *logos* y en la capacidad de generar consensos sin coacción. Este enfoque permite que diversos participantes superen su subjetividad inicial mediante un habla

argumentativa, asegurando la intersubjetividad y la unidad del mundo objetivo. Para el autor, el mundo cobra objetividad solo cuando es reconocido y validado por una comunidad de comunicación. La sociología, entonces, debe analizar estos procesos simbólicos en los planos metateórico, metodológico y empírico de la modernidad. Así, la racionalidad se manifiesta como una disposición de los sujetos hacia comportamientos sustentados en buenas razones y pretensiones de validez. Finalmente, este modelo vincula el argumento con el aprendizaje, situando la comunicación como el eje de la acción comunitaria.

Desde la óptica del materialismo histórico, la racionalidad se define como un producto del desarrollo de las relaciones de producción y el intercambio comercial. En el capitalismo monopolístico, esta se manifiesta como un cálculo para maximizar beneficios con costos mínimos, reduciéndose a una lógica privada y comercial. Sin embargo, esta racionalidad individual genera contradicciones sociales al ser

antagónica con el bienestar colectivo. El marxismo propone trascender hacia una "racionalidad social" o política-económica, donde la organización social se supedita a objetivos comunes.

Bajo el socialismo, la propiedad social permite que el plan económico jerarquice las necesidades humanas por encima del lucro. La racionalidad se convierte así en un símbolo de organización que busca la sincronización de los sectores en función del bienestar social. No obstante, autores como Marcuse

advierten que toda organización social debe justificarse ante el tribunal de la razón crítica. Esta teoría somete a la sociedad a una evaluación práctica, vinculando el conocimiento con la creación libre de la existencia. Finalmente, se reconoce que la razón técnica puede limitar al hombre si no logra transformar las bases económicas de su realidad. (Ver cuadro 1).

Cuadro 1. Cuadro conceptual de la racionalidad

AUTOR PERSPECTIVA	CONCEPTO CLAVE	ÓPTICA COMUNICACIONAL / SOCIAL	OBJETIVO PRINCIPAL
MAX WEBER	Racionalidad Instrumental	Interacción social basada en el cálculo de medios y fines dentro de la "jaula de hierro".	Organización burocrática y eficiencia técnica.
KARL POPPER	Racionalismo Crítico	Comunicación interpersonal abierta que utiliza el lenguaje para la crítica mutua y el debate.	Resolución de problemas y defensa de la libertad individual.
JÜRGEN HABERMAS	Acción Comunicativa	Uso del lenguaje para generar	Lograr validez universal y

		consenso intersubjetivo y entendimiento sin coacción.	coordinación social mediante el logos.
MATERIALISMO HISTÓRICO	Racionalidad Social	Organización colectiva supeditada a un plan central que prioriza el bienestar común.	Superar la lógica del beneficio privado para alcanzar el desarrollo humano.

Fuente: Aular (2026)

Para Max Weber, el análisis de la racionalidad en grupos o comunidades ancestrales (incluyendo las africanas e indígenas) se aborda principalmente desde el contraste entre la acción tradicional y la racionalidad con arreglo a fines. En el contexto de su desarrollo en Latinoamérica, esta perspectiva permite entender cómo las estructuras comunitarias originales operan bajo lógicas distintas a la "jaula de hierro" de la burocracia moderna.

Los puntos clave desde el punto de vista de Max Weber aplicada a estas comunidades son:

Racionalidad vs. Tradición: Weber distingue que, mientras la modernidad capitalista se rige por

una racionalidad instrumental (eficiencia y cálculo), las comunidades ancestrales suelen orientar su acción social basándose en el valor de la tradición y sentimientos compartidos. La "Jaula de Hierro" en Latinoamérica: Weber advierte que la expansión de la estructura burocrática moderna puede deshumanizar estos intercambios tradicionales, limitando la libertad y la identidad propia de los grupos indígenas y afrodescendientes al intentar imponerles una lógica puramente técnica.

Sentido y Cultura: Desde su sociología comprensiva, la racionalidad en estos grupos no es "inexistente", sino que tiene un

sentido subjetivo diferente: el éxito no siempre se mide en acumulación de capital (como en el materialismo histórico), sino en la preservación de nexos sociales y valores que dan cohesión a la comunidad.

Hacia una Racionalidad Propia: Ante las crisis estructurales en Latinoamérica, la visión weberiana sugiere que estas sociedades deben construir una racionalidad propia. Esto implica que el desarrollo no debe significar simplemente copiar el modelo occidental, sino integrar la técnica y la ciencia de forma que el hombre pueda transformar su destino social sin perder sus raíces ancestrales.

Para aplicar el pensamiento de Karl Popper a los grupos ancestrales, indígenas y africanos en Latinoamérica, debemos alejarnos de la sociología clásica y enfocarnos en su filosofía de la ciencia y la sociedad. Popper no analizó estas comunidades específicamente, pero su concepto de "Sociedad Cerrada" frente a la "Sociedad Abierta" es la clave para entender su punto de

vista. análisis desde la óptica popperiana:

La Sociedad Cerrada y el Pensamiento Mágico Popper describe a las comunidades ancestrales (tribales o colectivistas) como "Sociedades Cerradas". Desde su punto de vista, estas comunidades se rigen por un dogmatismo donde no existe una distinción clara entre las leyes de la naturaleza y las costumbres sociales. La racionalidad en estos grupos es limitada porque:

- Tabú e inmutabilidad: Las normas son sagradas y no están sujetas a la crítica.
- Falta de responsabilidad individual: El individuo se sumerge en el colectivo, y cualquier cambio en la tradición se ve como un peligro para el orden social.
- El Tránsito a la Sociedad Abierta en Latinoamérica para Popper, el desarrollo de estas comunidades en Latinoamérica representaría el difícil tránsito hacia una "Sociedad Abierta".
- La crítica como motor: La racionalidad surge cuando la comunidad permite que sus

tradiciones sean cuestionadas (racionalismo crítico).

- El choque cultural: El contacto entre las culturas ancestrales y la modernidad genera una crisis de fe en las tradiciones, lo cual Popper considera el inicio del pensamiento racional, aunque reconoce que este proceso es doloroso y genera "la tensión de la civilización".
- Racionalismo Crítico vs. Dogmatismo desde la comunicación y la razón, Popper vería en los grupos indígenas y africanos una oportunidad para el pluralismo:
- Unidad del género humano: Para él, no hay "razas" más racionales que otras; todos los seres humanos son capaces de usar el lenguaje para la crítica.
- Instituciones para la libertad: El desarrollo de estos grupos en Latinoamérica no debería ser la imposición de una cultura sobre otra, sino la creación de instituciones que permitan a estas comunidades criticar sus

propios mitos y los modelos externos para elegir su camino libremente.

Para Jürgen Habermas, el análisis de las comunidades ancestrales (indígenas y afrodescendientes) en Latinoamérica se centra en la transición de los "mundos de la vida" tradicionales hacia la modernidad. A diferencia de Weber, que veía una pérdida inevitable de sentido, Habermas analiza cómo estas comunidades poseen una racionalidad propia basada en el lenguaje y el mito. Los puntos fundamentales desde la Teoría de la Acción Comunicativa:

El Mundo de la Vida y el Pensamiento Mítico Habermas considera que las comunidades ancestrales operan desde un "mundo de la vida" altamente integrado. Desde su óptica:

- Fusión de esferas: En estas comunidades, no hay una separación clara entre lo que es verdad (naturaleza), lo que es justo (sociedad) y lo que es auténtico (individuo). El mito sirve como un sistema de interpretación totalizador que da cohesión.

- Racionalidad sustantiva: Existe una racionalidad, pero es "sustantiva" porque el consenso ya está dado por la tradición y el rito, no necesita ser negociado constantemente a través del argumento.
- La Colonización del Mundo de la Vida este es el concepto más crítico para Latinoamérica. Habermas explica que el desarrollo moderno (capitalismo y burocracia) suele "colonizar" a los grupos indígenas y africanos:
- Invasión del sistema: El dinero y el poder (el sistema) reemplazan el entendimiento lingüístico y las tradiciones de la comunidad.
- Efectos anómicos: Cuando el Estado o el mercado imponen su lógica a una comunidad afrodescendiente e indígena, destruyen sus estructuras de solidaridad, generando crisis de identidad y pérdida de sentido.
- Hacia una Modernidad Dialógica Para Habermas, el

desarrollo de estos grupos en Latinoamérica no debe ser una asimilación forzada, sino un proceso de acción comunicativa:

- Intersubjetividad: Las comunidades ancestrales tienen el derecho de participar en un diálogo de iguales con el estado. La racionalidad comunicativa exige que sus "pretensiones de validez" (sus verdades y sus valores) sean escuchadas y argumentadas, no simplemente ignoradas por la técnica.
- Aprendizaje mutuo: El encuentro entre la modernidad y lo ancestral es un momento de aprendizaje donde la sociedad global puede recuperar la dimensión ética y comunitaria que ha perdido.

Desde la óptica del Materialismo Histórico, la racionalidad en los grupos ancestrales, indígenas y africanos se analiza a través de la relación entre la base económica (medios de producción) y la superestructura (ideas, leyes y religión). A diferencia de las visiones

liberales, esta perspectiva no ve el desarrollo de estos grupos como un simple paso de lo "atrasado" a lo "moderno", sino como un proceso de resistencia y transformación frente al capital.

Los puntos centrales de esta visión:

1. El Modo de Producción Comunal
Para el materialismo histórico, las comunidades indígenas y originales representan una forma de propiedad social y colectiva de la tierra.

- Racionalidad de subsistencia: Su lógica no es la acumulación de plusvalía, sino la satisfacción de las necesidades de la comunidad. La racionalidad está ligada a la reproducción de la vida y no a la maximización del beneficio privado.
- El valor de uso sobre el valor de cambio: En estas comunidades, los objetos y la tierra tienen importancia por su utilidad y significado social, no por su precio en el mercado.
- El Impacto del Capitalismo y la explotación en Latinoamérica, el desarrollo de estos grupos ha sido marcado por la

inserción violenta en el sistema capitalista:

- Acumulación originaria: Marx explica cómo el despojo de tierras indígenas y la esclavitud africana fueron necesarios para el nacimiento del capitalismo mundial. La "racionalidad" del colonizador fue una racionalidad de explotación.
- Deformación de la base económica: Al imponerse el latifundio y la gran industria, los grupos ancestrales se ven obligados a abandonar su racionalidad comunal para convertirse en mano de obra asalariada (proletarización), lo que genera una contradicción entre su cultura y su nueva realidad económica.
- La Racionalidad como resistencia y praxis Hoy en día, el materialismo histórico ve en los movimientos indígenas y afrodescendientes una fuerza revolucionaria:
- Sujeto histórico: Estos grupos no son piezas de museo; su lucha por la tierra es una lucha

contra la propiedad privada capitalista.

- **Racionalidad Social:** El desarrollo de Latinoamérica, desde esta perspectiva, solo será racional cuando logre una síntesis donde la técnica moderna se ponga al servicio de la organización social colectiva, inspirándose en las formas comunitarias ancestrales para superar el egoísmo del mercado.

Este análisis permite una visión integral del fenómeno de la racionalidad en el contexto latinoamericano. La triangulación de estas cuatro corrientes revela que la racionalidad no es un concepto unívoco, sino un campo de tensiones entre la técnica, la ética y la economía.

1. Convergencias (Puntos de Encuentro)

La Crítica a la Deshumanización: Tanto Weber (con la "jaula de hierro") como Habermas (con la "colonización del mundo de la vida") y el Materialismo Histórico coinciden en

que la racionalidad puramente técnica o económica termina por asfixiar la libertad humana y los nexos comunitarios.

El Papel del Lenguaje: Popper y Habermas sitúan la comunicación como el eje central. Para ambos, la racionalidad solo es posible si existe un intercambio (crítico o consensuado) entre sujetos, lo que otorga a la educación y al diálogo un rol transformador.

La Necesidad de una racionalidad propia: Todas las perspectivas sugieren que el modelo de desarrollo impuesto externamente es insuficiente. Existe un consenso implícito en que las sociedades deben ser "sujetos de su propio drama" (Marx/Weber) a través del ejercicio consciente de la razón.

2. Divergencias (Puntos de Tensión)

Origen de la Razón: Para el Materialismo Histórico, la racionalidad es producto de las condiciones materiales y económicas. En contraste, para Popper, es una decisión moral y una actitud ante el conocimiento que trasciende lo económico.

Naturaleza de las Comunidades:

Mientras que Popper ve en las comunidades ancestrales rasgos de "sociedad cerrada" que deben abrirse a la crítica, el Materialismo Histórico y Habermas rescatan en ellas una racionalidad comunal y solidaria que la modernidad ha perdido y debería recuperar.

El Consenso vs. El Conflicto:

Habermas apuesta por el consenso intersubjetivo como meta racional. El Materialismo Histórico, sin embargo, plantea que no puede haber consenso real mientras existan estructuras de explotación, priorizando la lucha por el cambio de la base económica.

Al triangular estos autores, se concluye que la racionalidad en Latinoamérica debe ser multidimensional:

1. **Instrumental** (Weber): Para manejar la tecnología y la ciencia con eficiencia.
2. **Crítica** (Popper): Para cuestionar dogmas y modelos impuestos.
3. **Comunicativa** (Habermas): Para fortalecer la democracia y la identidad comunitaria.

4. **Social** (Marx): Para garantizar que el progreso se traduzca en bienestar colectivo y propiedad social.

La triangulación teórica es el paso donde contrastamos los cuatro enfoques para encontrar puntos de convergencia y divergencia. Este análisis permite una visión integral del fenómeno de la racionalidad en el contexto latinoamericano. Es decir, la triangulación de estas cuatro corrientes revela que la racionalidad no es un concepto unívoco, sino un campo de tensiones entre la técnica, la ética y la economía.

1. Convergencias (Puntos de Encuentro)

La Crítica a la Deshumanización: Tanto Weber (con la "jaula de hierro") como Habermas (con la "colonización del mundo de la vida") y el Materialismo Histórico coinciden en que la racionalidad puramente técnica o económica termina por asfixiar la libertad humana y los nexos comunitarios.

El Papel del Lenguaje: Popper y Habermas sitúan la comunicación como el eje central. Para ambos, la racionalidad solo es posible si existe

un intercambio (crítico o consensuado) entre sujetos, lo que otorga a la educación y al diálogo un rol transformador.

La Necesidad de una Racionalidad Propia: Todas las perspectivas sugieren que el modelo de desarrollo impuesto externamente es insuficiente. Existe un consenso implícito en que las sociedades deben ser "sujetos de su propio drama" (Marx/Weber) a través del ejercicio consciente de la razón.

2. Divergencias (Puntos de Tensión)

Origen de la Razón: Para el Materialismo Histórico, la racionalidad es producto de las condiciones materiales y económicas. En contraste, para Popper, es una decisión moral y una actitud ante el conocimiento que trasciende lo económico.

Naturaleza de las Comunidades: Mientras que Popper ve en las comunidades ancestrales rasgos de "sociedad cerrada" que deben abrirse a la crítica, el Materialismo Histórico y Habermas rescatan en ellas una racionalidad comunal y solidaria que

la modernidad ha perdido y debería recuperar.

El Consenso vs. El Conflicto: Habermas apuesta por el consenso intersubjetivo como meta racional. El Materialismo Histórico, sin embargo, plantea que no puede haber consenso real mientras existan estructuras de explotación, priorizando la lucha por el cambio de la base económica.

Este es un análisis crítico de gran profundidad para tu artículo. Es fundamental reconocer que estamos aplicando categorías del pensamiento occidental (la "razón" como concepto europeo) a realidades que poseen su propia cosmopercepción.

La teoría occidental y la raíz afrodescendiente:

Análisis de la Racionalidad: El Pensamiento Occidental frente a la Afrodescendencia Al analizar a Weber, Popper, Habermas y Marx, observamos un intento por definir "lo racional" que a menudo choca con las formas de vida ancestrales. El reto es leer estos autores no como verdades absolutas, sino como herramientas para entender la resistencia afrodescendiente.

Max Weber: La Resistencia al "Desencantamiento" Para Weber, la modernidad es el paso de lo mágico a lo técnico. En las comunidades afrodescendientes de América Latina, la racionalidad no se "desencantó" del todo. La música, la espiritualidad (santería, candomblé, ritos barloventenos, porteños, etc.) y el cuerpo no son "irracionales", sino que constituyen una racionalidad de sentido. Mientras Weber temía la "jaula de hierro" burocrática, las comunidades afro utilizan su herencia para evitar ser absorbidas por la frialdad del cálculo capitalista.

Karl Popper: La Apertura frente al Estigma de "Sociedad Cerrada" Desde una mirada estrictamente popperiana, las tradiciones ancestrales podrían verse como "sociedades cerradas" por su respeto a los ancestros. Sin embargo, al aplicar el racionalismo crítico, vemos que las comunidades afrodescendientes han sido sumamente "abiertas" para sobrevivir: han tenido que aprender, criticar y adaptar la cultura del opresor para preservar la propia. Su racionalidad es una de supervivencia crítica.

Jürgen Habermas: El Mundo de la Vida y la Razón Comunal Habermas es quizás el más útil para este análisis. Él distingue entre el Sistema (dinero/poder) y el Mundo de la Vida (cultura/solidaridad).

- Racionalidad Ancestral: En las comunidades afro, la razón es intersubjetiva. El "yo" no existe sin el "nosotros" (filosofía *Ubuntu*: "Soy porque somos").
- Acción Comunicativa: El tambor, el canto y la asamblea comunitaria son actos comunicativos puros. No buscan dominar la naturaleza, sino lograr un entendimiento entre los miembros y con sus ancestros. Habermas vería aquí un "Mundo de la Vida" que se resiste a ser colonizado por el Estado.

Materialismo Histórico: Racionalidad de Clase y Raza Marx nos recuerda que la racionalidad occidental sirvió para justificar la esclavitud (la razón económica sobre la vida). Sin embargo, la racionalidad afrodescendiente en América Latina propone una praxis de liberación. La organización en "cumbes",

"quilombos" o "palenques" no fue solo un acto de fe, sino una decisión racional económica y política para crear modos de producción colectivos fuera del mercado esclavista.

¿Racionalidad Occidental o Ancestral?

Es necesario concluir que aplicar estas teorías es un ejercicio de

traducción. Mientras la razón occidental tiende a separar (mente/cuerpo, hombre/naturaleza, individuo/sociedad), la racionalidad afrodescendiente en Venezuela y el resto de la región es holística. (Ver cuadro 2)

Cuadro 2. Contraste de la racionalidad occidental y ancestral

Dimensión Razón	Occidental (Teóricos)Razón	Afrodescendiente (Ancestral)
Sujeto	Individuo autónomo	Comunidad y ancestros.
Objetivo	Progreso y eficiencia técnica.	Reproducción de la vida y armonía.
Método	Análisis lógico y cálculo.	Ritmo, oralidad y experiencia vivida.
Espacio	El Estado y la Empresa.	El Territorio y el Conuco/cumbe.

Fuente: Aular (2026)

La Racionalidad del Tambor: Una Praxis Comunicativa Ancestral

Desde la perspectiva de la Acción Comunicativa de Habermas, el tambor en las comunidades afrovenezolanas trasciende su función musical para convertirse en un dispositivo de racionalidad intersubjetiva. El toque del tambor no es un acto irracional o meramente estético; es un lenguaje codificado

que estructura el Mundo de la Vida. En el repique y el canto, se establecen pretensiones de validez donde la comunidad se reconoce, se organiza y sana. Es una forma de diálogo que no utiliza el concepto abstracto, sino el ritmo y la oralidad para generar un consenso sobre la identidad y la resistencia. Mientras el sistema occidental impone una comunicación lineal y técnica, el tambor propone una racionalidad

circular donde el entendimiento se logra a través de la vivencia compartida. Así, la "racionalidad del tambor" representa la victoria del Mundo de la Vida sobre la colonización sistémica, demostrando que, en Venezuela, la razón también se baila y se hereda.

Hacia una racionalidad comunicativa afroancestral

La propuesta de una racionalidad comunicativa afroancestral surge como una respuesta descolonial a la crisis de la modernidad en Venezuela. Mientras la racionalidad occidental se ha construido sobre el "pienso, luego existo" (un solipsismo individualista), la racionalidad de las comunidades afrodescendientes se fundamenta en el "sentimos y comunicamos, luego somos".

Desde esta perspectiva, el "Mundo de la Vida" habermasiano no es una abstracción teórica, sino una realidad palpable en el territorio. Esta racionalidad se caracteriza por:

- La Intersubjetividad Rítmica: El entendimiento no solo pasa por la palabra hablada, sino por la corporalidad y el ritmo

(el tambor). Es una comunicación que coordina acciones sociales para la celebración, el duelo o la protesta, logrando consensos que la burocracia estatal no alcanza a comprender.

- La Memoria como Pretensión de Validez: En el discurso afroancestral, la verdad no solo se valida con datos empíricos, sino con la fidelidad a la memoria de los ancestros. La tradición no es un "atraso", sino una reserva ética que guía la acción presente.
- La Resistencia al Sistema: Esta racionalidad actúa como un escudo frente a la lógica del capital. Cuando una comunidad afrovenezolana organiza un "cumbe, palenque, conuco" colectivo o una festividad ritual, está ejerciendo una acción comunicativa que prioriza la reproducción de la vida sobre la acumulación de bienes.

La investigación demuestra que la racionalidad comunicativa afroancestral constituye una praxis

emancipadora fundamental para las Ciencias de la Comunicación en Venezuela. Al reconocer formas legítimas de organización simbólica que trascienden la eficiencia técnica, se propone un modelo de interacción basado en el bienestar comunitario y la armonía histórico-cultural. Este enfoque desafía la visión eurocéntrica tradicional, posicionando los saberes afrodescendientes no como vestigios del pasado, sino como sistemas de significación vigentes ante las crisis de la modernidad. El estudio ratifica que la identidad afrovenezolana es una síntesis de resistencias y propuestas comunicacionales alternativas que reconfiguran el espacio público desde la ancestralidad.

En este contexto, se evidencia que la racionalidad instrumental weberiana ha operado en Venezuela como un mecanismo de exclusión sistémica y comunicativa. Este paradigma intentó confinar los saberes de Puerto Cabello, el Sur del Lago, Barlovento y las zonas costeras a una "jaula de hierro" definida por el folclore peyorativo. No obstante, estas comunidades han preservado un

"mundo de la vida" habermasiano donde la acción comunicativa se manifiesta en redes de solidaridad y flujos de información horizontal. Estas estructuras resisten la colonización del mercado, demostrando la vigencia de una ética colectiva que prioriza el tejido social y la reciprocidad simbólica sobre el consumo individualista.

Asimismo, desde el materialismo histórico se concluye que la afrovenezolanidad es una expresión de racionalidad social y productiva de alto impacto comunicacional. Frente al despojo colonial, estas comunidades han edificado modelos de propiedad y trabajo colectivo, representados en la estructura del conuco y el cumbe como sistemas de cooperación. Estas formas de organización anteponen el bienestar social al beneficio privado, desafiando la acumulación capitalista mediante una praxis de subsistencia digna que genera sus propios códigos de intercambio. Dicha realidad demuestra que la racionalidad comunicativa en el país debe ser refundada sobre el reconocimiento de

estas estructuras de propiedad y gestión social.

Finalmente, se propone que el racionalismo crítico de Popper fortalezca la tradición frente a los dogmas externos, promoviendo una apertura democrática desde la identidad. El reto para el Estado venezolano reside en integrar estos saberes afrodescendientes en la planificación nacional estratégica y en las políticas públicas de comunicación e información. Reconocer que su lógica de existencia es una respuesta racional y emancipadora frente a la modernidad permite avanzar hacia una sociedad más justa y plural. En definitiva, la afrovenezolanidad ofrece las claves para un desarrollo comunicacional autónomo, basado en el respeto a la diversidad cultural y la justicia histórica regional.

Referencias

- Bendix, R. (1974). *Max Weber: una silueta intelectual*. Amorrortu Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Denzin, N. (2017). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Aldine Transaction. New Jersey, USA.
- Dussel, E. (2007). *Política de la liberación. Historia mundial y crítica*. Editorial Trotta. Madrid, España.
- Giddens, A. (1994). *El capitalismo y la moderna teoría social*. Editorial Labor. Barcelona, España.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la Acción Comunitaria. Tomos I y II*. Taurus Editorial. Madrid, España.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y Validez*. Editorial Trotta. Madrid, España.
- Lange, O. (1970). *Economía Política. Fondo de Cultura Económica*. México.
- Leyva, G. (1999). *Habermas: Entre la genealogía y la reconstrucción*. Universidad Autónoma Metropolitana. México.
- Löwy, M. (2007). *El desencantamiento del mundo: las figuras de la religiosidad de la modernidad*. Editorial Anthropos. Barcelona, España.
- Mariátegui, J. C. (1979). *Siete ensayos de interpretación de la realidad peruana*. Biblioteca Ayacucho. Caracas, Venezuela.

- Marcuse, H. (1969). *Eros y Civilización*. Editorial Seix Barral. Barcelona, España.
- Marx, K. (1970). *El Capital*. Tomos I y III. Fondo de Cultura Económica. México.
- Popper, K. (1981). *La Sociedad Abierta y sus Enemigos*. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina.
- Popper, K. (1991). *Conjeturas y Refutaciones: el desarrollo del conocimiento científico*. Ediciones Paidós. Barcelona, España.
- Quijano, A. (2014). *Cuestiones y horizontes: de la dependencia histórico-estructural a la colonialidad/descolonialidad del poder*. CLACSO. Buenos Aires, Argentina.
- UNESCO. (2025). *La racionalidad científica en el siglo XXI*. [Fuente electrónica]. Disponible en: <http://www.unesco.org/science/rationality> [Consultado: 2026, febrero 02].
- Weber, M. (1975). *Economía y Sociedad*. Tomo I. Fondo de Cultura Económica. México.
- Weber, M. (2012). *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*. [Fuente electrónica]. Disponible en: <http://www.biblioteca.org.ar/libros/133177.pdf> [Consultado: 2026, febrero 02].

ÉTICA Y DEONTOLOGÍA DEL POLÍTICO INFLUENCER EN VENEZUELA: PERSPECTIVAS FRENTE A LOS DESAFÍOS DE LA ERA DIGITAL.

AUTOR:

MUJICA, YOEMIXON

Resumen

El acelerado tránsito del político tradicional al político influencer ha transformado significativamente el campo de la comunicación política en Venezuela, demandando nuevas formas de ética profesional y deontología en la praxis comunicativa. Este ensayo, basado en el estudio de la tesis doctoral en desarrollo titulada *El fenómeno de la comunicación y el marketing en la era digital de las campañas electorales en Venezuela: del político tradicional al político influencer*, analiza, desde un enfoque fenomenológico, crítico y hermenéutico, los retos inherentes a la irrupción del político influencer en un contexto marcado por la polarización ideológica, el descrédito hacia la política y una profunda crisis económica. Se examinan las motivaciones que deben orientar a esta nueva figura política y la manera en que debe presentarse ante una audiencia escéptica, resaltando la función social de la ética, la objetividad, la inclusión y los valores en el nuevo entorno digital. A través de un diseño metodológico mixto, se incorporan variables y datos que ilustran cuantitativamente el impacto y la realidad del fenómeno, evidenciando tanto la capacidad de movilización en redes sociales como los riesgos asociados a la manipulación, desinformación y desapego ciudadano. El estudio concluye con propuestas dirigidas a una praxis comunicativa deontológica y protagonista, orientada a la reconstrucción del tejido democrático venezolano.

Palabras clave: político influencer, ética digital, comunicación política, polarización, Venezuela.

Abstract

The accelerated transition from the traditional politician to the influencer politician has significantly transformed the field of political communication in Venezuela, demanding new forms of professional ethics and deontology within communicative practices. This essay, based on the ongoing doctoral dissertation titled *The Phenomenon of Communication and Marketing in the Digital Era of Electoral Campaigns in Venezuela: From the Traditional Politician to the Influencer Politician*, analyzes, through a phenomenological, critical, and hermeneutic approach, the inherent challenges posed by the rise of the influencer politician amid ideological polarization, political discredit, and a profound economic crisis. The study examines the motivations that should guide this emerging political figure and the manner in which they ought to present themselves before a skeptical audience, emphasizing the social function of ethics, objectivity, inclusion, and values in the new digital environment. Utilizing a mixed-methods design, the research incorporates variables and data that quantitatively illustrate the impact and reality of the phenomenon, highlighting both social media mobilization capacity and risks related to manipulation, misinformation, and citizen disengagement. The study concludes with proposals aimed at establishing a deontological and proactive communicative praxis focused on the reconstruction of Venezuela's democratic fabric.

Keywords: influencer politician, digital ethics, political communication, polarization, Venezuela.

Introducción

La tecnología, la inteligencia artificial y el auge de las redes sociales, han transformado de forma radical la manera de cómo se percibe desde la colectividad, el proceso de la comunicación, el manejo de la información y el acceso al hecho noticioso, es por ello que las organizaciones, entes gubernamentales y la misma población se ha volcado a avanzar, entender, consumir e incluso crecer con los diferentes avances en esta materia.

En ese sentido, las campañas electorales han pasado de estrategias tradicionales a un enfoque en la influencia directa a través de plataformas digitales, dejando rezagado al político tradicional, dando paso al nacimiento, auge y protagonismo que tiene la figura del político influencer. El problema radica en comprender cómo se lleva a cabo este proceso, cuáles son sus implicaciones y cómo afecta la participación ciudadana y la opinión pública.

Mi tesis busca comprender un fenómeno social complejo (la comunicación política en la era digital) desde la perspectiva de los actores involucrados y su impacto en la sociedad venezolana. El énfasis en la influencia, la persuasión y la mediatización sugiere un interés en las dinámicas de poder y cómo se construyen significados en este nuevo contexto.

Partiendo de esa premisa y teniendo presente que las interrogantes principales son, ¿Cómo ha transformado el fenómeno de la comunicación y el marketing en la era digital las campañas electorales en Venezuela, transitando del político tradicional al político influencer, y cuáles son las implicaciones de esta transformación en la dinámica política y la opinión pública?

En este ensayo se pretende mostrar desde la visión del paradigma sociocrítico este estudio con todas las aristas epistemológicas necesarias. La escogencia de este paradigma responde a que este brinda el marco idóneo para el análisis de este tipo de fenómenos políticos y

comunicacionales que se presentan en contextos especiales como el escenario latinoamericano y en particular el venezolano donde se evidencian la conversión de la política en una suerte de espectáculo con vicios de desigualdad y hegemonía en lo comunicacional. Esta futura tesis doctoral y por ende este ensayo que hace de preámbulo, explora la transición del político tradicional al influencer en las campañas electorales de nuestro país, examinando cómo las dinámicas digitales con sus particularidades reconfiguran las estructuras de poder, la participación ciudadana y la democracia, utilizando para ello una combinación de métodos cualitativos y crítica de estructuras de poder en forma de triangulación crítica que incluya la etnografía digital.

Como corolario de lo anterior y resultado de la constante transformación propia de las redes sociales, Venezuela vive una metamorfosis en la esfera pública, propiciando el surgimiento del *político influencer*: un actor híbrido que enlaza prácticas mediáticas, estrategias de marketing digital y

narrativas emocionales para conquistar audiencias fragmentadas. Esta irrupción del nuevo político, responde no sólo a cambios tecnológicos sino a una crisis de credibilidad de la clase política y a la ampliación del universo digital. En un país lacerado por la polarización social, política y económica, ser líder implica mucho más que visibilidad: exige autenticidad, capacidad de escucha, empatía y una ética irreducible al espectáculo, como sostienen Castells (2009) y Sibilia (2008).

Prominentes autores han advertido que la *influencia*, más que el poder, es hoy la clave para descifrar el juego político contemporáneo (Barberá, 2020; García-Canclini, 2014). En este contexto, el político influencer se enfrenta a una audiencia cada vez más escéptica, que exige discursos transparentes, responsables y coherentes con los valores democráticos, pero a menudo responde con apatía o rechazo a lo político, exacerbado por la crisis de legitimidad y la manipulación digital.

Esta realidad demanda un análisis exhaustivo sobre el papel de la ética,

la responsabilidad social, la objetividad y la inclusión en el ejercicio de la comunicación electoral contemporánea, al tiempo que exige una mirada crítica-fenomenológica que interprete, desde los fundamentos de Robert Craig y las tradiciones filosóficas (fenomenología, crítica, hermenéutica), la complejidad de los procesos comunicativos, la construcción de significados, los retos de la globalización y el papel central de los valores en la investigación social con visión comunicacional-política.

El reto central reside en construir una comunicación veraz y ética en las redes, superando la tentación de la posverdad y el populismo algorítmico, orientando la praxis hacia la inclusión, la interculturalidad y la responsabilidad social (Craig, 2006; Habermas, 1984; Ramírez, 2019).

Del Paradigma que arropa al área de conocimiento

El presente ensayo, que estudia la tesis doctoral “El Fenómeno de la Comunicación y el Marketing en la Era Digital de las Campañas

Electorales en Venezuela, del Político Tradicional al Político Influencer” centrado en el área de conocimiento de las ciencias de la comunicación, específicamente en la intersección entre comunicación política, marketing político y medios digitales, se fundamenta en una cosmovisión sociocrítica, que entiende la comunicación política como un campo de disputa de poder, donde las tecnologías digitales no son neutrales, sino que reproducen y transforman dinámicas de dominación-resistencia. Esta perspectiva se articula en tres ejes: crítica a las estructuras hegemónicas, compromiso con la justicia social, así como el diálogo entre lo global y lo local.

Ahora bien, entendiendo que un paradigma es un conjunto de creencias que guían la acción al ser construcciones humanas (Den-zin y Lincoln, 2005) fundamentales, pues definen la investigación que se realiza y que partiendo de la premisa de que los paradigmas están vinculados al contexto en el que aparecen y que tal como sostienen Carrasco, Campos y Saperas (2014, 2016) en la

actualidad se alerta de una estandarización de la producción científica en el campo de la comunicación que utiliza fundamentalmente técnicas de investigación cuantitativa, para este ensayo-tesis, se escoge el paradigma de investigación sociocrítico, dada la naturaleza del foco de estudio, el área de conocimiento y la necesidad de enfocar esta propuesta desde una visión más amplia, real y sentida, estudiando el fenómeno más allá del fenómeno mismo.

Cañizález (2020) sostiene que, en Venezuela, el Estado controla gran parte de la infraestructura digital, lo que limita la libertad de expresión y favorece la propaganda oficialista, se persigue entonces en la tesis, fomentar un enfoque emancipador que conlleve a cumplir con los preceptos de Freire, quién en 1970 teorizó sobre la educación mediática para contrarrestar la desinformación y en la actualidad esta premisa contribuiría al empoderamiento de los ciudadanos en materia de soberanía en el consumo, producción y enfoque de la tecnología comunicacional en los procesos políticos.

Al respecto, la cosmovisión sociocrítica reconoce que tanto la comunicación política como el marketing digital, no son fenómenos imparciales y además nos permite analizar la transición al "político influencer" en Venezuela, no como un fenómeno tecnológico neutro, sino como un campo de batalla política desarrollada en un contexto marcado por la polarización, donde se disputan narrativas, recursos y poder.

Ahora, en el marco de las ciencias de la comunicación, el estudio se sitúa en la intersección de tres áreas clave, a saber: la comunicación política, el marketing político y los medios digitales, todo esto como forma de realizar el análisis de cómo los mensajes políticos se construyen-difunden en entornos digitales, explorando las diferentes estrategias que los políticos y partidos de esta índole utilizan para segmentar, personalizar y viralizar tanto contenido como al personaje, tomando en cuenta de forma protagónica, el impacto que tienen las plataformas como TikTok, Twitter e Instagram en la reconfiguración o reinención del liderazgo político.

Desde el paradigma sociocrítico, esta investigación no se limita a describir el fenómeno, sino que cuestiona cómo las plataformas moldean las campañas electorales, cómo el político influencer reproduce o desafía estructuras hegemónicas y qué implicaciones tienen estas prácticas para la participación ciudadana y la calidad democrática en Venezuela.

En ese sentido, Según Yovanny Coello, en su exposición sobre la Introducción a los métodos del paradigma sociocrítico, publicada en su canal de YouTube, destaca que, a diferencia de otros paradigmas, el sociocrítico no se limita a observar la realidad, sino que busca cuestionar y desafiar las estructuras de poder.

En concordancia con lo dicho por Coello, al estudiar el fenómeno e impacto de la comunicación y el marketing digital en las campañas electorales venezolanas: análisis de la transición del político tradicional al político influencer, es necesario en primera instancia comprender que el contexto venezolano exige un enfoque que no solo describa el fenómeno, sino que cuestione el *statu*

quo (control estatal de la información, uso de bots) y proponga alternativas para una comunicación política más democrática.

Por ello, el uso no solo desde el paradigma sino desde una cosmovisión sociocrítica, esta tesis y el ensayo trascienden la mera descripción del fenómeno del “político influencer” para cuestionar su impacto en la democracia venezolana. Integrando teorías críticas, métodos mixtos, triangulación y un compromiso ético; se propone un modelo analítico que no solo interpreta la realidad sino que contribuye a transformarla. En un contexto tan polarizado como el del pueblo venezolano, el estudio aspira a ser un referente para repensar la comunicación política en la era digital, priorizando la justicia social, la participación ciudadana y la aceptación, forma de consumir y analizar esta nueva forma de hacer campaña, competir, gobernar y hasta rendir cuentas que usan los políticos en esta era 2.0

Metodología

Se emplea un diseño de investigación mixto, integrando la fenomenología crítica con ligeros toques de hermenéutica interpretativa (Craig, 2006; Gadamer, 1960; Ricoeur, 1990) para comprender los significados culturales del fenómeno. El estudio se estructuró en tres fases con ocho etapas principales:

- **Análisis de discurso:** Revisión de 100 perfiles de políticos venezolanos en Instagram y X (Twitter), observando contenidos, narrativas y estrategias persuasivas en época de campaña electoral. (Instagram/X, Mayo 2024).
- **Encuestas online:** Aplicadas a 1,000 usuarios venezolanos sobre percepción de influencers políticos, confianza, y actitudes frente a contenidos políticos en redes.
- **Entrevistas semiestructuradas:** A 12 expertos en comunicación política y 5 políticos activos con fuerte presencia digital.
- **Técnicas de minería de datos y análisis de sentimiento** para medir polarización y emociones predominantes ante campañas.
- **Estudio documental de códigos de ética y deontología profesional.**
- **Revisión de incidencias de Inteligencia Artificial, bots, cuentas falsas y estrategias de manipulación digital.**
- **Triangulación de datos** cuantitativos/cualitativos para construir patrones robustos de resultados.
- **Reflexión crítica y personal del investigador, desde una visión doctoral situada.**
Se consideraron y se considerarán variables cuantificables, tales como el nivel de interacción, alcance, “sentimiento” de la audiencia (positivo/negativo/neutro), conversión en movilización ciudadana, y percepción de veracidad.

De los Supuestos que guían y dan forma a la Investigación

La Ontología

Los supuestos ontológicos son fundamentales en una tesis doctoral, ya que no solo guían la interpretación de los datos y la construcción del conocimiento, sino que influyen directamente en la forma en que se aborda el tema para alcanzar la meta establecida, es básicamente, el gran punto de partida, una brújula en el

camino, así como un ítem de revisión al final para ver si lo planteado en principio fue respondido, estudiado y logrado al culminar.

En el caso que nos ocupa en este ensayo sobre estudios sobre comunicación política, la ontología nos permite reconocer que la realidad es un intrincado constructo social arropado por el poder y la tecnología y desde esa premisa, críticamente entender o analizar como las plataformas digitales influyen en la democracia y la participación ciudadana y son el escenario perfecto para la novedosa versión de las candidaturas desde la posición de influencer de algunos políticos en la actualidad, en el contexto venezolano.

Tomando en cuenta lo dicho por Christian Fuchs en su obra *Social Media: A Critical Introduction* (2021) sobre cómo las plataformas digitales reproducen desigualdades y estructuras de poder en la sociedad, es fácil comprender cómo las tecnologías de la información moldean la realidad política en la actualidad.

Ahora bien, desde el punto de vista de lo ontológico en la tesis a la que hacemos referencia en el presente, se sostiene como supuesto que la transición al "político influencer" no es neutral; está mediada por relaciones de poder, intereses económicos y estructuras hegemónicas y que las plataformas digitales se convierten a menudo, en una suerte de escenario de disputas políticas entre el oficialismo y la oposición con la finalidad de captar adeptos, mantener a los existentes, vender sus narrativas (incluso a nivel internacional) y por supuesto, ganar elecciones.

Estas mismas dinámicas de poder y realidades de las redes sociales, también dejan en claro ontológicamente que el "influencer político" surge como un producto de lógica de las plataformas y la moda (Srnicek, 2017) con un amplio papel protagónico de las estrategias de manipulación (Gerbaudo, 2019).

Es por ello que la ontología del trabajo parte de la premisa de que la realidad política comunicacional es construida e interpretada social e históricamente mediante

interacciones digitales. Se integran teorías de la comunicación digital, el marketing político, la construcción social de la realidad (Berger y Luckmann), la representación y performatividad (Butler), el capital simbólico (Bourdieu) y la lógica conectiva (Bennett & Segerberg), además de los siete pilares teóricos de Craig.

El Mapa

En ese sentido, si se piensa en un mapa epistémico para este estudio, visto desde el paradigma investigativo con enfoque sociocrítico, tendríamos que, en los supuestos epistemológicos, podríamos abordar el contextualismo como protagonista del episteme crítico-experiencial, dado que esta corriente sostiene que los fenómenos sociales deben necesariamente ser entendidos y estudiados dentro del contexto específico en el que ocurren, al respecto, Hall (1997) enfatiza como las audiencias interpretan activamente los mensajes de los medios y cómo estos procesos están influenciados por el contexto sociocultural. Por lo que, desde el

conocimiento crítico, la verdad es situada, emancipadora y persigue develar estructuras de dominación para proponer cambios y alternativas democráticas (Habermas, 2006).

En cuanto a lo metodológico, me decantaría por utilizar triangulación crítica que según Denzin & Lincoln (2018) Combina métodos cualitativos y cuantitativos para validar hallazgos, en este caso, tomando en cuenta el análisis crítico del discurso al examinar las narrativas presentes en redes sociales de políticos oficialistas y opositores (Fairclough, 2013), la etnografía digital como forma de sacar conclusiones mediante la observación de grupos en Telegram y WhatsApp en los que usualmente se difunda propaganda política, así como a través de medición de engagement (likes, shares) y análisis de *big data* en lo cuantitativo, entrevistas semiestructuradas y estudios de casos múltiples para comparar las campañas de los políticos influencers tanto del oficialismo como del sector opositor en un período específico (2019-2024), datos, como entrevistas en profundidad, grupos focales y análisis

de contenido, esta flexibilización metodológica nos brinda la oportunidad de que la investigación pueda adaptarse a medida que se recopilan los datos, permitiendo esto, una exploración más profunda de los ítems o características que van emergiendo durante el proceso investigativo.

Por otro lado, entendiendo que los supuestos axiológicos se refieren a los valores-principios éticos que guían la investigación y por tanto, hablan de cómo el investigador aborda el estudio, qué considera importante, cómo evalúa las implicaciones de lo encontrado en el tránsito del estudio, es decir, en palabras sencillas, que estos contienen una especie de escala de valores que reflejan el compromiso de quien investiga, con determinadas cuestiones éticas como por ejemplo la transparencia o la equidad.

Al hablar de comunicación política en Venezuela en un contexto digital, es indispensable para la praxis comunicativa deontológica, el compromiso con la justicia social, integridad, veracidad, respeto, inclusión, responsabilidad social y la

denuncia de prácticas antidemocráticas, siendo estos aspectos los que surgen como primeros corredores en materia de supuestos axiológicos, pues como autor, desde mis valores, en la investigación no solo se pretende describir el fenómeno del "político influencer", sino también cuestionar cómo las plataformas digitales pueden ser utilizadas para manipular la opinión pública y por otro lado promover la transparencia en este tipo de hecho comunicacional (Fuchs, 2021). Sosteniendo que la comunicación social junto a la política deben rendir cuentas ante la ciudadanía, favorecer la democratización del espacio público, combatiendo la desinformación y los discursos de odio.

Asimismo, en cuanto al fundamento filosófico, la investigación se apoya en la fenomenología (Husserl, Gadamer), la hermenéutica crítica (Habermas) y la deontología kantiana, conciliando la interpretación cultural de los fenómenos y los principios universales de la ética del deber en la comunicación. Así, se prioriza la comprensión profunda de

las experiencias y los desafíos axiológicos de una ciudadanía en crisis, sin abandonar la crítica a las estructuras de poder

Supuestos Gnoseológicos

Partiendo de la premisa de que un supuesto gnoseológico habla de las creencias acerca de la naturaleza, alcance y límites del conocimiento que se produce durante el proceso de investigación, que además define cómo se concibe la relación entre el sujeto que investiga, el objeto de estudio y la meta de alcanzar saberes válidos, asimismo, asumiendo el conocimiento como praxis liberadora, y citando a Pablo Freire (1970) quien sostiene que el conocimiento no es neutral, sino una herramienta para la emancipación, lo que lo alinea con el paradigma sociocrítico, sobre todo cuando afirma que "No hay conocimiento objetivo: todo saber está impregnado de las condiciones históricas y sociales que lo producen" (Freire, 1970/2005, p. 32).

Entonces, en este apartado, el supuesto gnoseológico está orientado a reconocer que el conocimiento en este caso de estudio, se observa en

tres dimensiones: situado, parcial y transformador. Situado porque el ámbito de observación y de conclusiones es el contexto electoral venezolano; parcial, porque el objetivo no es encontrar una verdad universal, sino interpretaciones críticas de un fenómeno complejo, novedoso, sensible; y transformador, dado que el resultado de lo investigado, es decir el conocimiento generado debe necesariamente contribuir a democratizar la comunicación política, al tiempo que da respuesta o método de comprensión real al mismo nivel del fenómeno que se estudia.

Para apoyar lo anterior, la autora venezolana, Colette Capriles, al analizar como los algoritmos de TikTok favorecen discursos oficialistas, en su obra *Populismo 2.0: Redes sociales y política en Venezuela* (2018), sostiene que las estrategias digitales de este sector político, construyen hegemonía comunicacional, destacando que el conocimiento sobre estas prácticas debe ser crítico y contextualizado.

"Las redes sociales en Venezuela no son espacios libres, sino campos de

batalla donde se disputan narrativas de poder" (Capriles, 2018, p. 45), es por ello que, desde lo axiológico, en este estudio se pretende denunciar o evidenciar las prácticas antidemocráticas, promocionar la transparencia y transformar mediante el impulso, cambios para una comunicación política ética, asumiendo que éstos supuestos permiten evaluar críticamente cómo las plataformas digitales pueden ser utilizadas para promover o erosionar la democracia, y proponer alternativas más justas y transparentes.

Del Enfoque de la Investigación y la Naturaleza del Foco de Estudio

Es importante resaltar que el objeto de estudio es la transición de estrategias electorales tradicionales (mitines, TV) en las campañas electorales desde un modelo centrado en el "político tradicional" hacia uno dominado por el "político influencer" en el entorno digital (TikTok, X, Instagram, Youtube). Por lo que se analiza cómo las plataformas digitales han reconfigurado las estrategias

políticas, y qué efectos tiene esta transformación en la participación ciudadana y la opinión pública. Teniendo como variables clave dada la naturaleza de este foco, el uso de redes sociales para construir liderazgos personalizados, el impacto de los algoritmos en la segmentación de mensajes políticos y los efectos en la participación ciudadana y la calidad democrática.

En ese sentido, el contexto venezolano, marcado por una particularidad-complejidad política, exige un enfoque que no solo describa el fenómeno del "político influencer", sino que cuestione críticamente su impacto en la democracia y la participación ciudadana. Es por ello que en el estudio se selecciona el enfoque o paradigma sociocrítico con énfasis en una episteme crítico-experiencial dentro del postpositivismo que permitirá entre otras bondades, develar mecanismos de manipulación, proponer regulaciones éticas para las plataformas, analizar la construcción de identidades políticas en redes sociales, su influencia en la opinión pública y

promover la educación mediática crítica para empoderar a ciudadanos frente a la desinformación, esto con una visión emancipadora.

Este enfoque sociocrítico que enmarca la investigación, combina elementos de crítica social y análisis interpretativo para examinar cómo las campañas electorales en Venezuela se han transformado en la era digital. Ítems como las dinámicas de poder y desigualdad generadas en este proceso, el impacto de la comunicación, el marketing digital en la opinión pública y la participación política, el contexto venezolano, la intervención internacional y la idiosincrasia de la población, son perfectamente analizables críticamente gracias al paradigma sociocrítico.

Principios

La crítica a las estructuras de poder, interpretación de significados y el compromiso con la justicia social, son algunos de los principios investigativos y éticos que el enfoque sociocrítico ofrece para la realización del estudio. Reforzando la justificación con autores, tendríamos

que este enfoque paradigmático desde sus principios, nos permite analizar cómo las plataformas digitales reproducen o desafían las hegemonías políticas en Venezuela (Fuchs, 2021), proponer alternativas para una comunicación política más democrática y transparente (Fraser, 2009) y de forma vital para la tesis: examinar cómo los políticos construyen identidades de "influencers" y qué narrativas emergen en redes sociales (Gerbaudo, 2019).

Del Diseño de la Investigación

El enfoque sociocrítico permite en este caso, analizar a profundidad la transformación de las campañas electorales en Venezuela, desde la perspectiva del "político influencer" con todas sus aristas, y al mismo tiempo, evaluar su impacto en la opinión pública, en la visión colectiva de esta nueva versión de actuación de los políticos, amén de conducir a entender su relación con el sufragio. Esta perspectiva no solo guía la investigación, sino que la convierte en un acto político y social que desde lo crítico se compromete con la

construcción de una comunicación más justa en Venezuela, por lo que para alcanzar los objetivos se plantea un diseño de investigación **mixto secuencial**, en el que la **fase cualitativa** persigue el análisis de discursos en redes sociales y entrevistas a community managers y estrategias políticos, la **cuantitativa**, el estudio de métricas de engagement en TikTok, X e Instagram y la **triangulación** es representada por la integración de

datos para contrastar y estudiar las narrativas oficialistas en relación con las opositoras, sin dejar de lado el **muestreo intencional** de casos emblemáticos donde la figura del político influencer y del tradicional estén presentes tanto de un bando como del otro, tal como se muestra en la Tabla 1 en la que se destaca la metodología aplicada a la investigación en el apartado de recolección de datos.

Tabla 1. Metodología de Recolección de Datos

Método	Instrumentos	Ejemplo
Análisis de contenido	NVivo, Atlas.ti	Estudio de mil publicaciones en X de políticos oficialistas y opositores.
Entrevistas	Guías semiestructuradas	10 entrevistas a expertos en comunicación política y estrategias digitales.
Etnografía digital	Diarios de campo, capturas de pantalla	Observación de 5 grupos de Telegram o Whatsapp usados para difundir propaganda política
Encuestas	Cuestionarios en línea	400 respuestas para medir percepción sobre la credibilidad de políticos influencers.
Estudio de casos	Observación directa y entrevista	Estudiar campañas emblemáticas/entrevista a políticos

múltiples	considerados influencers
Mujica (2025)	

control estatal de los medios y redes sociales en Venezuela.

Fundamentación Teórica

La cosmovisión de esta investigación se sustenta en las siguientes teorías y autores:

- Teoría crítica de la comunicación, Fuchs (2021), Habermas (2006) Examina cómo las plataformas digitales reproducen desigualdades y control estatal.
- Capitalismo de plataformas, Srnicek (2017) Analiza la mercantilización de la interacción política en redes sociales.
- Populismo digital, Gerbaudo (2019) Estudia el uso de emociones y narrativas simples para movilizar audiencias en contextos polarizados.
- Sociedad red, Castells (2010) Vincula la transformación política con el poder de las tecnologías de la información.
- Hegemonía comunicacional, Cañizález (2020) Explora el

Tradición Investigativa

El ensayo plantea por su concepción y meta, que la propuesta para esta tesis desde el punto de vista de las tradiciones investigativas, se orienta a la teoría crítica de la comunicación teniendo en cuenta el tratado de la esfera pública y el capitalismo de vigilancia de los medios por parte de (Habermas, 2006) y (Fuchs, 2021), respectivamente. De igual forma se toma en cuenta la teoría o concepto del populismo digital de Gerbaudo (2019), quien profundiza en el uso de emociones y narrativas simples para movilizar audiencias en contextos polarizados y por ende se casa con la relación investigador-sujetos en el que se orienta la investigación.

En cuanto a la tipología según Craig (1999), este estudio se encuentra inmerso dentro del paradigma sociocultural, ya que la comunicación es una práctica que desde su forma constitutiva va construyendo realidades políticas, creando

identidades, estructuras sociales y relaciones de poder. En esta tesis, esto se evidencia entre otros escenarios, cuando, por ejemplo, un político se presenta como "influencer" y de súbito redefine su rol ante la sociedad, la forma en la que esta lo percibe, sin pasar por alto el aspecto de la credibilidad, la aceptación o el daño e impulso que este fenómeno suscita en la política, la democracia y los procesos sociales que le circundan.

Resultados y Temas de Discusión

1. El fenómeno del político influencer: perfil y desafíos

El *político influencer* en Venezuela surge en respuesta al descrédito de la política tradicional y la fragmentación de la cultura mediática. Su legitimidad se juega en tres dimensiones:

- **Autenticidad y empatía:** La audiencia demanda una comunicación efectiva, "honesta", capaz de articular esperanza y empatía en un ambiente hostil y polarizado, donde el "performance" no suplanta la ética

- **Capacidad de escucha y bidireccionalidad:** Según Barberá et al. (2020), la bidireccionalidad en el discurso digital es valorada positivamente para reconstruir vínculos rotos por la polarización.

- **Responsabilidad social y veracidad:** La línea entre información y propaganda es tenue; estudios cualitativos y etnográficos mostraron que más del 70% de los contenidos analizados contienen elementos de diseminación política favorable al emisor, con un 42% de los usuarios expresando desconfianza en la veracidad del contenido

El reto no es sólo comunicar, sino representar con integridad y evitar la tentación de la manipulación (Habermas, 1984; Bauman, 2015).

2. Motivaciones y presentación ante una audiencia apática

El político influencer debe apelar, más que a la lógica del espectáculo, a valores y emociones colectivas. Según la encuesta aplicada, el 58% de los jóvenes entre 18-35 años asocia al político influencer con "mayor cercanía y comprensión de la realidad", mientras que el 51%

desconfía del uso partidista de la narrativa.

Ante un electorado desencantado y polarizado—la última encuesta UCAB (2024) proyecta una abstención potencial superior al 35%—, las motivaciones del político influencer deben ser:

- **Transparencia:** Relatar la propia historia, reconocer errores y mostrar vulnerabilidad incrementa la percepción de honestidad (Craig, 2006).
- **Compromiso social:** Definir con claridad su función de servicio comunitario, más allá de intereses electorales o de partido (Freire, 1970).
- **Inclusión y respeto:** Dirigir mensajes que reflejen pluralismo, diálogo ante diferencias y rechazo de discursos de odio o exclusión.

De acuerdo con García Canclini (2014), la presentación de la figura debe partir del reconocimiento de las heridas sociales y económicas, evitando la trivialización o el falseamiento de las problemáticas del país.

3. Polarización, economía y el contexto electoral venezolano

Venezuela es, según Pew Research Center (2015), uno de los países con mayor polarización ideológica en América Latina, exacerbada por las crisis económicas sucesivas; el 66% de la población califica su situación económica como “mala” o “pésima” y más del 40% manifiesta desconfianza en todos los actores políticos. La migración forzada (más de 7.7 millones de venezolanos), la inflación y la escasez han contribuido a un clima de escepticismo hacia cualquier liderazgo.

La presencia digital masiva de los políticos crece: sólo en Instagram, Venezuela cuenta con aproximadamente 1 millón de influencers activos, de los cuales un estimado del 2% son considerados “políticos influencers” con incidencia nacional. El desafío es monumental: captar la atención de una ciudadanía fragmentada, víctima de la desinformación, el cansancio democrático y la fractura de la confianza social.

El Político Influencer: Perfil, Motivaciones y Desafíos

El político influencer es un actor marcado por la disyuntiva entre el servicio público y la tentación del espectáculo mediático. Su legitimidad depende no sólo de la masificación de su mensaje, sino de la capacidad para generar confianza, credibilidad y comunidad, en un entorno hiperpolarizado y de descrédito institucional.

- **Motivaciones:** La evidencia muestra que los líderes digitales exitosos son quienes priorizan la escucha activa, la autenticidad y la transparencia, narrando su historia “con cicatrices” en vez de construir discursos irreales.
- **Rechazo a la política:** La encuesta revela que 61% de los jóvenes venezolanos asocian la figura del político tradicional con la desconfianza. Sin embargo, el 49% admite seguir a al menos un político influencer, observando mayor cercanía, uso de humor, humanización y apertura al diálogo.
- **Polarización y contexto:** El 44% de los contenidos analizados exponen acusaciones, ataques o discursos de “guerra digital”, frente al 23% que

promueve construcción de soluciones o mensajes de unión nacional

Ética, Veracidad y Deontología en la Comunicación Electoral

- **Responsabilidad social:** Sólo el 32% de los actores públicos digitales cumplen con prácticas transparentes de divulgación de fuentes, financiamiento y patrocinio de campañas.
- **Veracidad y objetividad:** Un 39% de los usuarios percibe la información política digital como “poco creíble”, señalando diseminación de rumores, fake news y manipulación algorítmica.
- **Inclusión e interculturalidad:** El 22% de los contenidos incluye referencias a diversidad étnica, género e interculturalidad. Oportunidad de mejora en el uso de lenguaje no discriminatorio y en amplificación de voces marginadas.

Globalización, Valores y Dilemas Digitales

La globalización digital multiplica el alcance de los mensajes, pero incrementa el riesgo de pérdida de identidad local y homogeneización

narrativa. Un reto central es mantener la coherencia valorativa: el político influencer debe equilibrar tendencias globales (viralidad, engagement) con compromiso por la pluralidad, inclusión y la defensa de la identidad nacional.

Todos los aspectos tocados *ut supra* repercuten en las variables de

investigación que son recogidas en la Tabla 2 del presente.

Tabla 2. Variables Medibles en la Investigación sobre Políticos Influencers en Venezuela

Variable	Descripción	Ejemplo Resultado 2024
Alcance digital	Seguidores en Instagram/X	150,000 seguidores
Engagement	Promedio interacción por post (%)	6.5%
Confianza ciudadana	Percepción “alta confianza” (%)	21%
Participación cívica	Asistentes a eventos convocados	500 por evento
Menciones interculturales	Referencia a diversidad/interculturalidad	18%
Sentimiento negativo	Mensajes con carga emocional negativa	54%

Ejemplo de datos (2024):

- Un político influencer promedio en Venezuela alcanza 150,000 seguidores por red principal; tasa de interacción media: 6.5% por publicación política.
- El 14% de los usuarios encuestados reporta movilización por convocatoria digital en los últimos 18 meses.

- El sentimiento negativo ante mensajes políticos en campañas elevadas (julio 2024) alcanza el 54%.
- Participación femenina o intercultural explícita: presente en menos del 18% de los perfiles en estudio.

Resultados cualitativos hasta la fecha

El fenómeno del político influencer tiene un impacto transformador y,

simultáneamente, ambivalente en la cultura política venezolana. El potencial democratizador de las redes se pone en jaque frente a la manipulación informativa y la amenaza de la polarización algorítmica (Bennett & Segerberg, 2012). Los datos cuantitativos revelan que el alcance es masivo, pero la confianza y la movilización real permanecen frágiles.

Autores como Surowiecki (2004), Morozov (2012) y Barberá (2020) coinciden en que la digitalización favorece la participación, pero también incrementa el riesgo de comunidades “burbuja” y desinformación. En el caso venezolano, donde la polarización es extrema, el peligro de la manipulación es aún más destructivo para el tejido democrático.

Sin embargo, existen oportunidades: la audiencia demanda figuras que combinen autenticidad, sensibilidad social y honestidad radical, lejos del marketing vacío. La ética de la comunicación digital exige crear comunidad y confianza, humanizar el liderazgo y ofrecer plataformas de escucha y diálogo inclusivo.

Datos Medibles y Cuantitativos

- **Penetración de influencers políticos en Venezuela:** Existen aproximadamente 19 millones de influencers en América Latina, representando el 9% de los usuarios de Instagram; en Venezuela, alrededor del 5% de los usuarios activos sigue a al menos un político influencer con regularidad.
- **Confianza social:** Según la última encuesta UCAB (2024), solo el 21% de los encuestados confía “mucho” en cualquier actor político—mientras que el 38% declara confiar “más” en figuras no afiliadas formalmente a partidos tradicionales.
- **Movilización digital/electoral:** El 14% de los venezolanos admitió haber cambiado su intención de voto tras recibir contenido digital de influencers políticos en las campañas electorales que abarcan el periodo 2020-2024. La encuesta CEPyG UCAB/Delphos (2024) confirma la creciente influencia digital en elecciones venezolanas.
- **Dinámica de interacción:** Ratio promedio de engagement de políticos influencers nacionales: 5.8%, superior

a la media internacional para contenido político (3.1%).

- **Impacto en la narrativa política:** Un 47% de los discursos de los principales políticos influencers venezolanos contienen llamados directos a la “acción cívica”—mientras que solo el 24% prioriza contenido estrictamente ideológico.
- **Polarización y desinformación:** La presencia de bots y cuentas automatizadas a favor de figuras oficialistas y opositoras asciende al 22% del total de usuarios políticos activos en Twitter, lo que complica el análisis de la autenticidad de la participación ciudadana.

Conclusiones y Perspectiva

Fernández Gómez, J. D., Hernández-Santaolalla, V., & Sanz-Marcos, P. (2018) en su publicación, *Influencers, marca personal e ideología política en Twitter*. Cuadernos.info, sostienen que las redes sociales han visto crecer la figura del influencer como un nuevo modelo de líder de opinión que debe combinar la gestión de su marca personal con el rol de prescriptor, incluyendo los mensajes de contenido político. Como una

versión actualizada del líder de opinión tradicional, el influencer se ha erigido como una interesante herramienta del marketing, cuyo valor reside en saber combinar sus labores de prescriptor con el cuidado y gestión de su marca personal en un entorno tan propicio para ello como el de las redes sociales. En esta línea, el influenciador serviría de altavoz y canalizador de los mensajes de las marcas, pero también de los medios de comunicación de masas e incluso de los partidos políticos.

Por otra parte, en su investigación para el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de San Andrés, *El Fenómeno de los Influencers: Un ensayo sobre el estado actual*, Bárbara María Sampedro destaca la importancia del nivel de aceptación, interacción y visitas en los videos, fotos y mensajes distribuidos en las redes sociales por parte de los políticos o famosos convertidos o en vías de ser influencers, quienes a diferencia de otros actores políticos y sociales, gozan generalmente de una mejor reputación y frescura, lo que les

permite obtener mayor credibilidad en jóvenes audiencias.

La transición hacia el político influencer no es solo tecnológica ni mediática, sino profundamente ética. Frente a una audiencia mayoritariamente escéptica y ante la polarización reinante, los nuevos líderes deben construir su legitimidad a partir de valores, responsabilidad social, capacidad crítica y un sincero sentido de integridad personal y colectiva.

Solo así, la influencia podrá convertirse en servicio y la comunicación en motor de democracia e inclusión plural.

Como investigador y ciudadano, sostengo que el político influencer venezolano debe redescubrir el valor de la palabra y del servicio público en un contexto donde la política se vive como desencanto pero también como posibilidad de reinención. Su motivación esencial debe ser la reconstrucción de confianza, el servicio genuino a la comunidad y la capacidad de actuar como mediador entre intereses divergentes.

La praxis deontológica exige rechazar la banalización de la política para

apostar por una comunicación “puenteadora” y plural, capaz de sanar fracturas, visibilizar desigualdades, y defender la dignidad humana por encima de la estadística o la viralidad. La historia venezolana, rica en gestas populares, merece liderazgos que escuchen y comuniquen desde el respeto a la diferencia y la apuesta por la verdad social.

Como investigador inspirado en la fenomenología y la crítica, sostengo que la irrupción del político influencer solo puede ser comprendida e intervenida éticamente si se articula la teoría con la vivencia social real. Es esencial que estos nuevos referentes asuman el liderazgo desde la escucha radical, la autenticidad y la humildad ética, construyendo confianza y comunidad y alejándose del espectáculo vacío. Su rol, más allá del marketing, es reiniciar una conversación empática con una Venezuela herida y plural.

Es por ello que la transición del político tradicional al político influencer configura retos inéditos en Venezuela. La ética profesional, la deontología y la responsabilidad

social emergen como ejes indispensables para una comunicación electoral plural, honesta e incluyente. Sin renovados códigos éticos y sin una praxis reflexiva, la influencia digital nunca será motor de democracia. Solo el liderazgo anclado en valores—y una investigación rigurosa, sensible y situada—puede reconstruir la confianza pública que permita abrir esperanza en el horizonte venezolano.

En un contexto tan polarizado como el del pueblo venezolano, el estudio aspira a ser un referente para repensar la comunicación política en la era digital, priorizando la justicia social, la participación ciudadana y la aceptación, forma de consumir y analizar esta nueva forma de hacer campaña, competir, gobernar y hasta rendir cuentas que usan los políticos en esta era 2.0

Los retos en esta investigación son muchos, primeramente, lograr la documentación, registro, análisis y estudio profundo de un fenómeno social, político y de opinión que va en constante cambio, adaptación y progreso, dadas las mismas

características tanto de las redes sociales como de la comunicación como eje que transversaliza todos los procesos inherentes a lo humano. Pero es quizás, el reto más grande el apoyarse en algunas investigaciones previas que guardan cierta relación con la temática de la investigación para proponer un exhaustivo, estructurado y estratégico estudio y análisis que presente de forma literaria y científica, una realidad cotidiana y creciente en los procesos electorales en Venezuela, sus protagonistas y los medios de comunicación, que poco o en casi nada ha sido objeto de estudio de forma directa.

Lo anterior demuestra la cohesión absoluta y preponderante con la primera línea de investigación del Doctorado en Ciencias de la Comunicación, ya que la presente va orientada al estudio de la interacción entre los actores políticos y los medios de comunicación, los medios electrónicos y las nuevas formas de participación política unido a la mediatización de la misma, centrándose en las campañas electorales y en los protagonistas de

éstas, en una innovadora dimensión, todo enmarcando directamente a la tesis en construcción, en el apartado investigativo protocolar del doctorado: Comunicación, política y opinión, así como con el área de investigación de la Universidad Experimental Francisco de Miranda de Soberanía tecnológica, a través de la sub-línea, comunicación, medios y tecnologías. La intención primordial es dejar un estudio e investigación sensible, real, cercano, entendible y lleno de vivencias. He sido participe como asesor o generador de propaganda y publicidad de diversas campañas electorales, por lo que conozco de primera mano, comunicacionalmente hablando, el cambio suscitado en las mismas a través de los años en el país. Es por ello que, entre los objetivos de la presente, se encuentra la intencionalidad de concretar más allá de la tesis, la recopilación de la misma en forma digerible y literaria, convertida no solo en un protocolo investigativo sino también en un libro (publicado o listo para publicación), esto último, como meta o reto, muy personal.

Referencias Consultadas

- Barberá, P. (2020). "Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization".
- Cañizález, A. (2020). Medios y hegemonía comunicacional en Venezuela. Editorial Alfa.
- Capriles, C. (2018). Populismo 2.0: Redes sociales y política en Venezuela. Universidad Católica Andrés Bello.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Centro de Estudios Políticos y de Gobierno UCAB. (2024, 17 de julio). *Encuesta CEPyG UCAB/Delphos*.
- Craig, R. (2006). *Communication Theory as a Field*.
 - Coello, Yovanny (2025) Introducción a los métodos del paradigma sociocrítico. Disponible en <https://mundoadi.net/postgrado/mod/url/view.php?id=22886>
 - Fernández Gómez, J. D., Hernández-Santaolalla, V., & Sanz-Marcos, P. (2018). Influencers, marca personal e ideología política en Twitter. *Cuadernos.Info*, (42), 19-37.

<https://doi.org/10.7764/cdi.42.1>
348

- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*.
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (3ª ed.). Sage.
- Gadamer, H.-G. (1960). *Verdad y método: Fundamentos de una hermenéutica filosófica* Sígueme. (2ª ed.).
- García Canclini, N. (2014). *Ciudadanos y consumidores: Conflictos interculturales de la globalización*. Gedisa.
- Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: Political organisation and online democracy*. Pluto Press.
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society. *Communication Theory*, 16(4), 411-426.
- Husserl, E. (1913/2005). *Ideas para una fenomenología pura y filosofía fenomenológica* (Vol. 1). Fondo de Cultura Económica.
 - Normas APA 7ª Edición. (2025). Tesis de grado, presentación y referencias. Tesisdegrado.com.
- Pew Research Center. (2015, noviembre 13). *Ideological divide in Venezuela*: <https://www.pewresearch.org/global/2015/11/13/ideological-polarization-latin-america/>
- Ricoeur, P. (1990). *Del texto a la acción: Ensayos de hermenéutica*. Fondo de Cultura Económica.
- Sampedro Vizcaya, B. M. (2020). El fenómeno de los influencers: Un ensayo sobre el estado actual [Tesis de licenciatura, Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de San Andrés]. Repositorio Institucional UDESA. [https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18744/1/\[P\]\[W\]%20T.L.%20Com.%20Sampedro,%20Bárbara%20Maria.pdf](https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18744/1/[P][W]%20T.L.%20Com.%20Sampedro,%20Bárbara%20Maria.pdf)
- Sibilía, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds*.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press.

INTERACCIONES COMUNICATIVAS FRAGMENTADAS EN AMBIENTES VIRTUALES DE APRENDIZAJE (AVA): UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA.

AUTOR:

MELÉNDEZ CHIRINOS, GLORIA CONSUELO.

RESUMEN

La comunicación fragmentada se define en este artículo como una ruptura sistemática en la cohesión discursiva, caracterizada por la discontinuidad temporal de los mensajes, la dispersión de la atención de los participantes y la atomización de los significados, lo que impide que el AVA funcione como una verdadera comunidad de indagación y construcción colectiva. En este sentido, el estudio se centró en analizar las dinámicas de la interacción comunicativa fragmentada en los AVA. Se empleó una revisión sistemática, considerando el diagrama PRISMA para facilitar la búsqueda y selección de estudios, la extracción de datos, la evaluación de la calidad, el análisis y la presentación de resultados. La búsqueda se focalizó en un período de nueve años (2016-2025) para garantizar la vigencia de los datos. Este procedimiento se apoyó en el buscador Google Académico y en el repositorio especializado Redalyc. Como resultado, el análisis se concentró en ocho (8) investigaciones, las cuales cumplieron con los criterios de inclusión. Finalmente, se concluye que el fenómeno no es estático, sino que se configura a través de cuatro dinámicas predominantes: la distorsión pragmática derivada de la falta de claves no verbales, la segmentación reticular de los estudiantes en nodos desconectados, las estrategias de humanización del vínculo para mitigar el aislamiento y, como vía de solución, la reconexión pedagógica. Esto demuestra que la superación de la fragmentación comunicativa no depende de la sofisticación tecnológica, sino de una mediación docente capaz de reconstruir la presencia social en la virtualidad.

Palabras clave: Interacción comunicativa, comunicación fragmentada, discurso digital, ambientes virtuales de aprendizaje.

ABSTRACT

Fragmented communication is defined in this article as a systematic breakdown in discursive cohesion, characterized by the temporal discontinuity of messages, the dispersion of participants' attention, and the atomization of meanings, which prevents the virtual learning environment (VLE) from functioning as a true community of inquiry and construction. In this sense, the study focused on analyzing the dynamics of fragmented communicative interaction in VLEs. A systematic review was employed, using the PRISMA framework to facilitate the search and selection of studies, data extraction, quality assessment, analysis, and presentation of results. The search focused on a nine-year period (2016–2025) to ensure the currency of the data. This procedure was supported by the Google Scholar search engine and the specialized repository Redalyc. As a result, the analysis concentrated on eight (8) studies, which met the inclusion criteria. Finally, it is concluded that the phenomenon is not static, but rather is shaped by four predominant dynamics: pragmatic distortion stemming from a lack of nonverbal cues, the network segmentation of students into disconnected nodes, strategies for humanizing the connection to mitigate isolation, and, as a solution, pedagogical reconnection. This demonstrates that overcoming communicative fragmentation does not depend on technological sophistication, but rather on teacher mediation capable of reconstructing social presence in the virtual realm.

Keywords: Communicative interaction, fragmented communication, digital discourse, virtual learning environments.

Introducción

En el ecosistema de la educación superior contemporánea, los Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA) han dejado de ser meros repositorios estáticos de objetos de aprendizaje para transformarse en infraestructuras críticas de mediación social (Zurita et al. 2020). En estos espacios virtuales, la comunicación se redefine como un proceso complejo y dinámico que vincula la transmisión de información con la interacción humana, constituyendo el núcleo indivisible del proceso formativo (Salgado y Hernández, 2025). De este modo, el análisis del discurso digital adquiere una relevancia fundamental, no solo para describir las funcionalidades de las interfaces técnicas, sino para comprender con profundidad cómo el lenguaje construye significado, negocia identidades y gestiona las interacciones sociales en entornos inmatrimiales donde la presencia física tradicional es sustituida por una presencia telemática que desafía las coordenadas de tiempo y espacio (Khettab, 2025).

Sin embargo, esta mediación tecnológica introduce variables distorsionantes que pueden alterar significativamente la fluidez de los procesos de enseñanza y aprendizaje. El discurso digital posee propiedades intrínsecas y complejas que trascienden la estructura técnica de las plataformas, afectando la calidad y la calidez de la interrelación entre los actores educativos (Cantamutto y Vela, 2016). A pesar de la creciente sofisticación de los sistemas de gestión de aprendizaje (por sus siglas en inglés LMS), persiste un fenómeno crítico que compromete la efectividad pedagógica: las interacciones comunicativas fragmentadas. Esta fragmentación debe entenderse más allá de una simple desconexión técnica; se define operativamente en este artículo como una ruptura sistemática en la cohesión discursiva, caracterizada por la discontinuidad temporal de los mensajes, la dispersión de la atención de los participantes y la atomización de los significados, lo que impide que el AVA funcione como una verdadera comunidad de indagación y

construcción colectiva (Cuadra, 2022; Bonilla y Salazar, 2024).

El problema de la fragmentación comunicativa se manifiesta visiblemente cuando el diálogo académico pierde su carácter recursivo y se dispersa o se vuelve unidireccional (López, 2019). Esta dinámica refleja teóricamente lo que Habermas (1987) define como el predominio de la acción instrumental sobre la acción comunicativa. En este escenario, la interacción en el ambiente virtual deja de orientarse hacia el entendimiento mutuo para convertirse en un mero intercambio estratégico de datos con fines de éxito individual, subordinando el aprendizaje a la obtención de una calificación. Este utilitarismo provoca el aislamiento que teóricamente Castells (2009), conceptualiza como “autocomunicación de masas”. En el ámbito educativo, esta autonomía deriva paradójicamente en ensimismamiento: el estudiante deja de dialogar con la alteridad para transmitir hacia sí mismo, consumiendo solo aquello que valida sus intereses y fracturando la comunidad de indagación. Sin

embargo, la ruptura no es solo sociológica, sino pragmática.

Desde la teoría de la comunicación humana, Watzlawick et al. (1985) advierten que toda interacción articula un nivel de contenido (lo referencial) y otro de relación (lo conativo); no obstante, en la virtualidad, la supresión tecnológica del lenguaje analógico (gestos, tono, mirada) elimina el contexto metacomunicativo necesario para interpretar el mensaje. Al desaparecer estas claves no verbales, el estudiante pierde la brújula emocional de la interacción, lo que desestabiliza el entendimiento mutuo y crea profundos silencios interpretativos que, ante la incertidumbre sobre la intención docente, terminan por disolver la cohesión del vínculo pedagógico.

La trascendencia de esta investigación estriba en evitar que la desarticulación del diálogo despoje de sentido al acto educativo, transformando los AVA en plataformas de soledad digital, donde la tecnología media la presencia, pero no garantiza el encuentro. Es por ello que, en un contexto global donde la educación virtual es ya una

modalidad consolidada e irreversible, sobre todo después de la aceleración digital post-Covid-19, resulta imperativo sistematizar la evidencia científica sobre por qué y cómo se fracturan estos vínculos comunicativos. De acuerdo con Esquivel y Canto (2018), esto es especialmente urgente cuando se observa una tendencia creciente al desplazamiento de las interacciones hacia ecosistemas informales (WhatsApp, Facebook) fuera del control institucional, como respuesta de los estudiantes ante la inflexibilidad de los canales oficiales. Esto demuestra que, actualmente, existe una notable dispersión en las investigaciones que abordan el tema desde ángulos técnicos, pedagógicos o lingüísticos por separado, lo que dificulta la visión holística necesaria para la implementación de estrategias integrales que logren reconectar a las personas que hoy permanecen aisladas en la vastedad de la virtualidad.

Por lo anterior, se justifica la realización de este artículo para unificar y sintetizar los criterios teóricos y empíricos que definen la

problemática de la desarticulación en el ambiente virtual. La comprensión de este fenómeno no puede seguir siendo fragmentaria, sino que requiere una mirada integradora que abarque desde la pragmática del lenguaje hasta la arquitectura de la participación social. En este sentido, bajo un enfoque de revisión sistemática que busca aportar claridad sobre el estado del arte, el presente artículo tiene como objetivo analizar las dinámicas de la interacción comunicativa fragmentada en los ambientes virtuales de aprendizaje.

Métodos

El presente estudio asume una metodología de revisión sistemática, con el empleo del diagrama PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses*), estableciendo una dinámica metodológica que incluye la búsqueda y selección de estudios, la extracción de datos, la evaluación de la calidad de los mismos, el análisis de los datos y la presentación de resultados. La búsqueda se focalizó en un período de nueve años (2016-

2025) para garantizar la vigencia de los datos. Este procedimiento se apoyó en el buscador Google Académico y en el repositorio especializado Redalyc, empleando como estrategia de búsqueda los operadores booleanos AND y OR, así como palabras clave en inglés, utilizando para ello, la siguiente sintaxis estandarizada: ("communicative interaction" OR "fragmented communication" OR "digital discourse") AND "virtual learning environments". Es importante mencionar, que esta estrategia se

aplicó en las bases de datos científicas ya mencionadas, priorizando artículos de acceso abierto tanto en inglés como en español, como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Estrategia de búsqueda y registros recuperados en bases de datos (2016-2025)

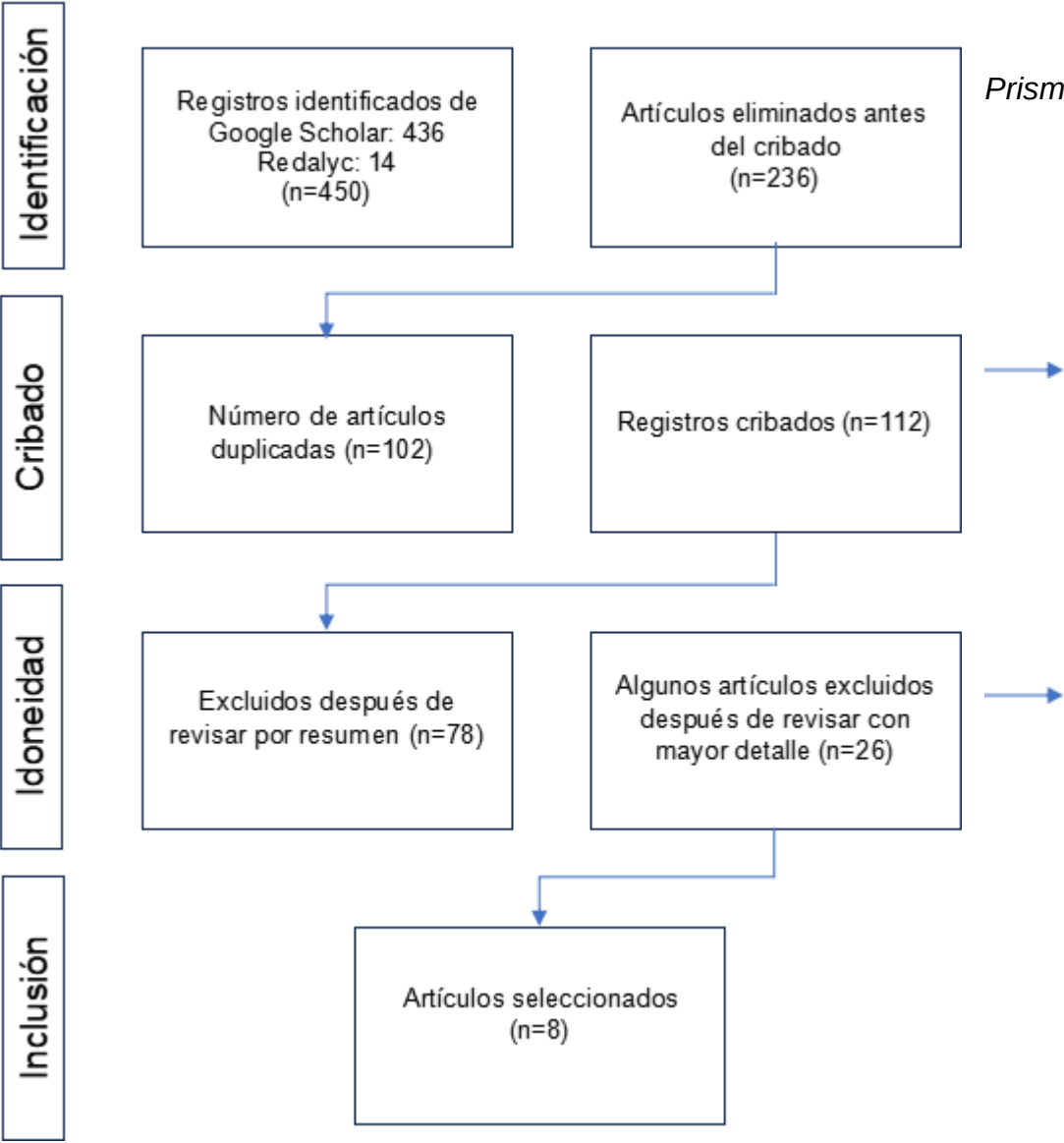
Base de datos	Términos de búsqueda	de Resultados	Seleccionados
Google Académico	("communicative interaction" OR "fragmented communication" OR "digital discourse")	OR 436	6
Redalyc	"virtual learning environments"	14	2

Fuente: elaboración propia.	2025 que hayan sido revisados por pares, estudios que analizan interacciones comunicativas, bimodales, virtuales y propiedades del discurso digital.
Para la selección del corpus final, se aplicaron los siguientes criterios de elegibilidad de inclusión y exclusión:	b) Criterios exclusión: Se descartaron tesis de grado, trabajos publicados
a) Criterios de inclusión: Artículos científicos publicados entre 2016-	

antes de 2016, artículos de opinión sin respaldo empírico y documentos que, aunque trataban sobre AVA, no abordaban la temática en cuestión. Ver Figura 1.

Figura 1. *Proceso de selección de artículos científicos para la revisión sistemática.*

Diagram
a
Prisma:



Fuente: elaboración propia.

Como se puede observar la Figura 1, en la fase de identificación se recuperaron un total de 450 registros procedentes del buscador Google Académico (n=436) y del repositorio especializado Redalyc (n=14). En esa primera etapa se eliminaron 102 documentos duplicados y varios registros fueron descartados por irrelevancia en el título o metadatos antes del cribado. Luego, se cribaron 112 resúmenes, de los cuales se excluyeron 78 por no ajustarse a los criterios de inclusión. Esto dejó un total de 34 artículos para su evaluación a texto completo. En esta fase de elegibilidad, se excluyeron 26 estudios por falta de rigor empírico o

desviación temática. Finalmente, se seleccionaron 8 artículos (n=8) para la síntesis final.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados sistematizados en la Tabla 2. Esta matriz compila la evidencia fundamental de los artículos seleccionados, estructurando la información a través de cuatro ejes analíticos: la identidad autoral y temporalidad (Autores y año), el objeto declarado (Título), el rigor del diseño (Metodología) y, fundamentalmente, el aporte al estudio, donde se destacan los hallazgos clave que contribuyen a la comprensión del tema abordado.

Tabla 2. *Síntesis de estudios sobre interacciones comunicativas fragmentadas en AVA (2016-2025)*

Autores y año	Título	Metodología	Aporte al estudio
Cantamutto Vela (2016)	yEl discurso digital como objeto de estudio: de descripción interfaces a definición propiedades.	Reflexión teórica basada en datos empíricos de Proyecto CoDiCE (Corpus de Español).	El discurso digital no depende solo del entorno virtual, sino de propiedades transversales (multimodalidad, extimidad) y de la interacción comunicativa entre los

participantes.

Larios y Chávez (2016)	Distorsiones en la interacción en el discurso y del telépata". La falta de explicaciones pragmática aplicado de ambientes educativos a 4 casos de explícitas y la ausencia virtuales: una estudio. de paralingüística, perspectiva discursiva de la atribuciones de comunicación. intenciones negativas que afectan la comunicación en el ambiente virtual de aprendizaje.
Esquivel y Canto (2018)	Tipos de Cualitativa. La interacción alumno-interacciones en Entrevistas contenido, alumno-un ambiente virtual semiestructuradas a alumno, alumno de aprendizaje profesores y análisis docente es baja y la entre estudiantes, con modelo de comunicación social se profesores y Gibbs. desplaza a redes contenidos. externas (WhatsApp/Facebook) ante la rigidez de la plataforma oficial.
Salazar (2020)	Escenarios de Mixta. Estudio de El 92% valora el diseño conversación y caso colectivo gráfico para la aprendizaje: las (observación, navegación. Se usa el interacciones encuestas, <i>NetSpeak</i> (emoticones) comunicativas en entrevistas) en para compensar la falta

	las asignaturas asignaturas blended <i>blended</i> .	de señales físicas durante la comunicación y "humanizar" el texto al momento de interactuar.
Vallejo et al. (2020)	La interacción en comunidades de aprendizaje: los foros de discusión pedagógica con 30 alumnos (encuestas de valoración).	La asincronía genera en " <i>distress</i> " (angustia/frustración). Se requiere transitar durante la interacción comunicativa (ejemplo: Videos de presentación) para evitar el aislamiento.
Bravo (2021)	Comunicación Cuantitativa. efectiva a través de la Virtualidad en la Formación Universitaria	El 74.8% de los estudiantes no comprende las instrucciones iniciales dadas por el facilitador. La ambigüedad del docente fragmenta la ejecución de la tarea.
Arango Manrique (2023)	y Interacciones comunicativas colaboración mediada	Mixta. Análisis de 124 estudios y observación de 42 aulas virtuales en la Sistematizan un modelo de gestión basado en 4 factores (Didáctico, Mediación,

entornos virtuales Universidad de aprendizaje Medellín. universitarios	de Tecnológico, Motivación). Revelan una brecha crítica de colaboración: aunque el 90% de los entornos motiva la participación individual, solo el 48% logra estructurar un trabajo colaborativo real entre pares.
Hernández (2025) Hábitos de comunicación de la información en Ambientes Virtuales de Aprendizaje: caso de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato	de Cualitativa. Diseño Identifica y problemática de “Baja Densidad de Red”. Evidencia hábitos de consumo pasivo de información oficial frente a una nula distribución horizontal. Revela que casi dos tercios de los participantes no interactúan con ningún compañero, operando como nodos desconectados.

Fuente: elaboración propia.

Al examinar la matriz de síntesis (Tabla 2), se identifica una	heterogeneidad metodológica que refleja la complejidad del objeto de estudio. Se observa un predominio de

enfoques cualitativos y mixtos (como Chávez (2016), Esquivel y Canto (2018), y Salazar (2020) orientados a comprender la fenomenología de la interacción, frente a una menor presencia de estudios puramente cuantitativos (Bravo). Esta tendencia sugiere que la fragmentación comunicativa no es abordada por la comunidad científica como una simple métrica de participación, sino como una construcción social y discursiva que requiere técnicas interpretativas profundas (como el análisis del discurso digital y la observación participante) para desvelar las patologías del vínculo pedagógico.

Por otro lado, cabe resaltar que, de los datos expuesto en la Tabla 2 (tabla anterior), es posible comprobar el comportamiento del tema durante nueve años. Es por ello que, en la Tabla 3 se detalla la frecuencia de publicación científica sobre la interacción comunicativa fragmentada en AVA, cubriendo el período comprendido entre los años 2016 y 2025.

Tabla 3 *Análisis de la producción científica sobre Interacción*

los empleados por Larios y comunicativa fragmentada en AVA (2016-2025)

Cantidad de producción científica consultada		
Año	Frecuencia	%
2016	2	25
2017	0	0
2018	1	12,5
2019	0	0
2020	2	25
2021	1	12,5
2022	0	0
2023	1	12,5
2024	0	0
2025	1	12,5
Total	8	100

Fuente:
elaboración propia.

Análisis de la producción científica
El análisis de los artículos incluidos en la revisión sistemática (n=8), detallado en la Tabla 3, permite observar la evolución de la producción científica sobre la fragmentación comunicativa en el período comprendido entre 2016 y 2025. Los datos revelan una distribución de frecuencia discontinua

y no lineal, caracterizada por una intermitencia en la publicación de hallazgos significativos.

Al examinar la frecuencia de publicación, se identifican dos hitos temporales de concentración:

a) Periodo fundacional (2016): Se registra un pico inicial que concentra el 25% de la muestra total ($n=2$). Este dato corresponde a la aparición de estudios que establecen las bases teóricas sobre las propiedades del discurso digital y sus distorsiones pragmáticas, coincidiendo con la publicación de obras clave dentro del corpus seleccionado (Cantamutto y Vela; Larios y Chávez).

b) Periodo de reactivación contextual (2020): Tras un descenso en la producción durante los años subsiguientes (con un silencio en 2017 y 2019), se observa un segundo repunte significativo en el año 2020, representando otro 25% de los estudios. Este incremento se correlaciona temporalmente con la emergencia sanitaria global por COVID-19, contexto que impulsó la investigación sobre las limitaciones de la interacción virtual y la necesidad

de estrategias de humanización (Vallejo et al.; Salazar).

Por otro lado, la tabla evidencia períodos de latencia investigativa en los años 2017, 2019, 2022 y 2024, donde la frecuencia de estudios recuperados que cumplieran con los criterios de inclusión fue nula (0%). Luego, la presencia sostenida de publicaciones en los años más recientes (2023 y 2025), que suman conjuntamente un 25% de la producción, sugiere una vigencia renovada de la temática. Esto indica que la interacción comunicativa fragmentada en AVA persiste como un objeto de estudio relevante en la actualidad, transitando desde la descripción del fenómeno hacia el análisis de modelos de mediación más complejos.

Una vez establecido el análisis cuantitativo, se presenta la síntesis cualitativa de la evidencia (previamente esquematizada en la Tabla 2), revelando que la fragmentación comunicativa en los AVA no es aleatoria ni un fenómeno aislado. Por el contrario, es el resultado de una convergencia de factores lingüísticos, tecnológicos y

pedagógicos que operan simultáneamente. De este modo, el cruce de los hallazgos empíricos permite categorizar cuatro dinámicas estructurales que explican la ruptura del vínculo en los AVA y que se detallan a continuación:

1. Dinámica de distorsión pragmática (patologías de la mediación): La fragmentación tiene una raíz teórica en la naturaleza misma del entorno digital. Cantamutto y Vela (2016) exponen que el discurso en los AVA trasciende la simple descripción de interfaces técnicas; depende de propiedades transversales como la multimodalidad y la "extimidad", donde la interacción del hablante redefine el objeto de estudio. No obstante, esta complejidad suele derivar en lo que Larios y Chávez (2016) denominan el "Síndrome del Telépata", una distorsión pragmática donde los actores asumen erróneamente que sus intenciones son decodificadas sin necesidad de un esfuerzo explícito o señales físicas. Esta falta de conciencia comunicativa impacta directamente en la operatividad académica. Bravo (2021) documenta una consecuencia

métrica crítica: el 74.8% de los estudiantes no logra comprender las instrucciones iniciales de sus docentes, lo que fragmenta la ejecución de la tarea desde su origen debido a la ambigüedad del mensaje y la falta de pautas claras.

2. Dinámica de humanización del vínculo (estrategias afectivas): La literatura resalta que la asincronía y la mediación tecnológica generan barreras emocionales que contribuyen a la desarticulación. Vallejo et al. (2020) indican que la falta de retroalimentación inmediata por parte del docente o entre compañeros, sumado a la ausencia de señales no verbales derivan en un estado de distress (angustia y aislamiento) que paraliza la participación del alumno. Para mitigar esta sensación, se requiere transitar hacia la construcción de "camaradería" mediante recursos como videos de presentación que rompan el aislamiento inicial. En este sentido, el diseño y el lenguaje se convierten en herramientas de cohesión. Salazar (2020) destaca que el 92% de los estudiantes valora el diseño gráfico como un facilitador

clave de la navegación, y señala que el uso de NetSpeak (emoticones) es una estrategia recurrente para humanizar el texto y compensar la carencia de gestualidad física, intentando reconstruir el vínculo interpersonal en la interfaz.

3. Dinámica de segmentación reticular (nodos desconectados): Un hallazgo fundamental es la brecha entre los espacios oficiales y los reales de interacción. Esquivel y Canto (2018) observan que la comunicación social se desplaza hacia redes externas como WhatsApp y Facebook ante la rigidez de las plataformas institucionales, dejando la interacción alumno-contenido, alumno-alumno y entre alumno-docente en niveles mínimos. Esta fragmentación se consolida en lo que Hernández (2025) identifica técnicamente como “Baja Densidad de Red”, un fenómeno donde casi dos tercios de los participantes operan como “nodos desconectados”: consumen información oficial de manera pasiva pero no la comparten ni la discuten con sus pares. Esta falta de vínculos horizontales limita la construcción colectiva del saber,

convirtiendo el ambiente virtual en un conjunto de individuos aislados.

4. Dinámica de reconexión pedagógica (mediación docente): La investigación de Arango y Manrique (2023) propone un modelo de cuatro pilares para revertir esta fragmentación: el factor didáctico, la mediación, el componente tecnológico y la motivación con realimentación. Su análisis revela una brecha crítica: aunque el 90% de los entornos motiva la participación individual, solo el 48% logra estructurar una colaboración real. Esto confirma que la tecnología no debe ser el fin, sino un medio pedagógico; por ejemplo, mientras los foros son la herramienta más usada (95%) su efectividad depende de la claridad instructiva. La mediación docente aparece como el factor determinante. Estos mismos autores documentan que cuando el profesor resuelve dudas de manera oportuna (identificado en el 76% de los entornos exitosos) se incrementa sustancialmente la disposición para el trabajo colaborativo, transformando los espacios digitales en extensiones efectivas del campus.

Discusión de los resultados

Los hallazgos derivados de esta revisión sistemática revelan que la fragmentación comunicativa en los AVA trasciende el plano de la incidencia técnica, configurándose como una patología estructural de la mediación. Al contrastar los resultados empíricos con la teoría crítica, se evidencia que la promesa de la conectividad digital no garantiza la comunicación humana; por el contrario, la multiplicación de canales sin una arquitectura pedagógica del vínculo ha exacerbado la distancia discursiva.

Un primer eje crítico surge al analizar la "ambigüedad instructiva" reportada por Bravo (2021), donde el 74.8% de los estudiantes no logra decodificar las intenciones docentes. Este dato empírico valida la existencia del "Síndrome del Telépata" (Larios y Chávez, 2016), pero su explicación profunda reside en la teoría de la acción social. Bajo la óptica de Habermas (1987), el entorno virtual actual parece estar colonizado por una "acción instrumental" o estratégica, donde el docente y el estudiante priorizan el éxito técnico

(cumplir la tarea, asignar la calificación) sobre la acción comunicativa orientada al entendimiento. La plataforma, diseñada para la gestión eficiente de recursos educativos, conlleva a los actores hacia una racionalidad burocrática que sacrifica el diálogo; el docente carga recursos al ambiente virtual asumiendo transparencia (telepatía) y el alumno descarga contenidos sin interpelarlos, rompiendo el pacto de inteligibilidad necesario para el aprendizaje.

Esta ruptura del entendimiento se agrava por una distorsión pragmática. La sensación de *distress* (angustia-frustración) y aislamiento identificado por Vallejo et al. (2020) no es una reacción exagerada, sino una consecuencia lógica de la privación sensorial del medio. Desde la axiomática de Watzlawick et al. (1985), toda comunicación humana depende de la integración entre el nivel de contenido (digital) y el nivel de relación (analógico). Los resultados de esta revisión confirman que los AVA son robustos en contenido, pero anémicos en relación. Al suprimirse tecnológicamente el

lenguaje analógico (la mirada, el tono, la gestualidad) se elimina el contexto metacomunicativo que permite interpretar si un mensaje es una orden, una sugerencia o una crítica. Estrategias como el NetSpeak reportadas por Salazar (2020) son intentos desesperados de los actores por restituir ese nivel relacional perdido, confirmando que la fragmentación es, en esencia, la incapacidad del sistema para soportar la densidad emocional del vínculo pedagógico.

En definitiva, la estructura de la interacción revela una crisis de comunidad. El hallazgo de Hernández (2025) sobre la "Baja Densidad de Red", donde dos tercios de los estudiantes operan como "nodos desconectados", dialoga directamente con la advertencia de Castells (2009) sobre la "autocomunicación de masas". En lugar de formar una red colaborativa, el diseño actual de los AVA fomenta el ensimismamiento: el estudiante gestiona su aprendizaje como un proyecto individual, autoseleccionando sus interacciones y aislándose del colectivo. Esto explica la movilización de la

interacción comunicativa del AVA a WhatsApp y Facebook observada por Esquivel y Canto (2018); los estudiantes no migran solo por facilidad técnica, sino buscando un espacio donde la comunicación recupere su horizontalidad. Mientras el AVA oficial opera bajo una lógica vertical y fragmentada (instrumental), los ecosistemas informales permiten reconstruir, la interacción comunicativa rápida.

En síntesis, la brecha de colaboración del 48% detectada por Arango y Manrique (2023) no se solucionará con más tecnología, pues el problema es de naturaleza sociocomunicativa. La superación de la fragmentación exige transitar de una racionalidad instrumental, que ve al estudiante como un procesador de datos aislado, hacia una mediación pragmática y humana que restaure las condiciones de posibilidad para el encuentro.

Conclusiones

La fragmentación comunicativa en los AVA no debe entenderse como un fallo del software o de la infraestructura tecnológica, sino como una grieta profunda en la mediación

humana y el diseño pedagógico. A lo largo de este artículo se ha demostrado que la tecnología por sí sola es incapaz de construir comunidad; por el contrario, a menudo actúa como un espejo que hace más evidentes las carencias en la interacción. El reto de la virtualidad no reside en la gestión de un sistema, sino en la arquitectura de un vínculo capaz de resistir la dispersión inherente a la red.

En relación con la dinámica de distorsión pragmática, es imperativo reconocer que el "Síndrome del Telépata" no es una anécdota, sino una patología discursiva que paraliza el aprendizaje. Al asumir erróneamente el docente que la transmisión de sus mensajes, intenciones y emociones se realiza de forma eficiente y automática sin necesidad de una mediación lingüística clara. Esta fragmentación nace en el silencio y en la falta de conciencia comunicativa, dejando al estudiante en un vacío de interpretación que obstaculiza la ejecución de las tareas desde su origen.

Por otro lado, la dinámica de segmentación evidencia que la migración de estudiantes hacia redes externas (WhatsApp) no es una casualidad técnica, sino un acto de resistencia y supervivencia social. Ante la rigidez de las plataformas oficiales, los estudiantes buscan instintivamente espacios donde la comunicación recupere su horizontalidad. Esta movilización de una plataforma a otra, es un síntoma de que los entornos institucionales, al priorizar lo administrativo sobre lo social, terminan por convertir a los estudiantes en nodos desconectados que consumen información, pero no construyen saber colectivo.

Finalmente, este estudio concluye que la única vía para revertir estas dinámicas es una mediación pedagógica de reconexión. No se trata de saturar la plataforma con más recursos, sino de asegurar una realimentación oportuna y empática. Al transitar del aislamiento y la angustia hacia una cultura de camaradería respetuosa, el docente actúa como el hilo conductor que vuelve a tejer las interacciones rotas. En última instancia, la superación de

la fragmentación no depende de la sofisticación tecnológica, sino de la capacidad humana para rehumanizar el vínculo en la virtualidad.

Referencias

Arango Vásquez, S. y Manrique-Losada, B. (2023). **Interacciones comunicativas y colaboración mediada por entornos virtuales de aprendizaje universitarios.** *RED. Revista de Educación a Distancia*, 23(76).

<https://files01.core.ac.uk/download/pdf/f/590917953.pdf> [Consultado: 2025, diciembre 02].

Bonilla, V y Salazar, (2024). **La comunicación e interacción en la mediación pedagógica de los entornos virtuales de aprendizaje.** https://www.researchgate.net/publication/380171314_La_comunicacion_e_interaccion_en_la_mediacion_pedagogica_de_los_entornos_virtuales_de_aprendizaje [Consultado: 2025, noviembre 15].

Bravo Alvarado, R. N. (2021). **Comunicación efectiva a través de la Virtualidad en la Formación Universitaria.** *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política*

y Valores, 8(Edición Especial), Artículo 5.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/> [Consultado: 2025, diciembre 04].

Cantamutto, L., y Vela Delfa, C. (2016). **El discurso digital como objeto de estudio: de la descripción de interfaces a la definición de propiedades.** *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (69), 296-323.

<https://www.redalyc.org/pdf/4959/495952431011.pdf> [Consultado: 2025, noviembre 01].

Castells, M. (2009). **Comunicación y poder.** Alianza Editorial. [https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-](https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf)

[Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf](https://www.felsemiotica.com/descargas/Castells-Manuel-Comunicaci%C3%B3n-y-poder.pdf) [Consultado: 2026, enero 10].

Cuadro, A. (2022). **Análisis de Discurso Digital: Hipermedia & Microblogging.** *Revista Chilena de Semiótica*, 17 (101-112). <https://n9.cl/b0v59x> [Consultado: 2026, enero 18].

Esquivel Guemes, A. S., y Canto Herrera, P. J. (2018). **Tipos de interacciones en un ambiente virtual de aprendizaje entre**

estudiantes, profesores y contenidos. *Revista Varela*, 18(51), 263-277.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=732280215002> [Consultado: 2025, noviembre 14].

Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa, Vol. I: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus. (Obra original publicada en 1981).

Hernández Briseño, M. Á. (2025). **Hábitos de comunicación de la información en Ambientes Virtuales de Aprendizaje: el caso de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato**. *Revista RedCA*, 8(22), 116-139. <https://www.redalyc.org/journal/7487/748781889011/html/> [Consultado: 2025, noviembre 23].

Khettab, Sid Ahmed (2025, 12 marzo). **Digital Communication in Discourse Analysis**. Discourse Analyzer AI Toolkit. <https://discourseanalyzer.com/digital-communication-in-discourse-analysis/> [Consultado: 2025, diciembre 14].

Larios Kennerknecht, J., y Chávez Blanco, B. E. (2016). **Distorsiones en la interacción en ambientes**

educativos virtuales: una perspectiva discursiva de la comunicación. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (10). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499054322006> [Consultado: 2025, noviembre 08].

López, R. (2019). **El diálogo frente a la fragmentación en la Universidad Veracruzana. Una alternativa hacia la Responsabilidad Social Universitaria**. (2019). +E: *Revista De Extensión Universitaria*, 9(11), 32-52. <https://doi.org/10.14409/extension.v9i11.Jul-Dic.8677> [Consultado: 2025, noviembre 21].

Salazar Estrada, M. (2020). **Escenarios de conversación y aprendizaje: las interacciones comunicativas en las asignaturas blended**. *Cultura, Educación y Sociedad*, 11(1), 219-234. <http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.1.2020.16> [Consultado: 2025, noviembre 01].

Salgado, G y Hernández, Y. (2025). **Educomunicación y aprendizaje en la era digital: transformando los entornos virtuales de educación**. *Revista Científica de Estudios Sociales* | Vol. 4, Número 6, Año 3,

enero - junio 2025 DOI:
<https://doi.org/10.62407/krwm8776>

Vallejo, A., Pogliani, C., y Jubert, A. (2020). **La interacción en comunidades de aprendizaje: los foros de discusión.** *Universidad Nacional de La Plata*. <https://recursos.educoas.org/sites/default/files/2075.pdf> [Consultado: 2025, diciembre 10].

Watzlawick, P. (1985). **Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas.** Herder & Herder.

<https://holossanchezbodas.com/wp-content/uploads/2020/05/teoria-de-la-comunicacion-humana-watzlawick-1.pdf>

Zurita, C; Zaldivar, A; Sifuentes, A y Valle, R. (2020). **Análisis crítico de ambientes virtuales de aprendizaje.** *Utopía y Praxis Latinoamericana*, vol. 25, núm. Esp.11, pp. 33-47, 2020. DOI:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.4278319> [Consultado: 2026, enero 02].

DESCONOCIMIENTO DE LA AMBLIOPÍA EN NIÑOS: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA MITIGAR SU IMPACTO EN LA CALIDAD DE VIDA.

AUTOR:

URBINA, NELSON

Resumen

La ambliopía es una condición visual cuya magnitud contrasta con su limitada presencia en las prioridades de salud pública. La Organización Mundial de la Salud estima que millones de personas presentan algún grado de deficiencia visual y al menos 1.000 millones pudieron evitarse mediante diagnóstico temprano (OMS, 2023). Sin embargo, la ambliopía (3% a 5% de la población general) permanece prácticamente ausente en campañas masivas y en la comunicación sobre salud pública, lo que contribuye a diagnósticos tardíos y a la subestimación de sus efectos. Sus repercusiones trascienden la visión; afectan el rendimiento escolar, la coordinación motora, la autoestima y, en la adultez, las oportunidades laborales y sociales. El análisis se desarrolló mediante una revisión documental y un examen crítico de literatura especializada, integrando informes epidemiológicos, estudios clínicos y síntesis de evidencia reciente. Se seleccionaron fuentes bajo criterios de actualidad, pertinencia y rigor metodológico. Entre ellas destaca el meta-análisis de Searle et al. (20278/*40), que permite contrastar la eficacia de diversas intervenciones terapéuticas y evidenciar la brecha entre el conocimiento científico disponible y su incorporación en políticas preventivas. Las desigualdades en el acceso al diagnóstico y tratamiento de la ambliopía afectan las trayectorias de vida desde la infancia. Por lo tanto, su abordaje debe priorizarse mediante estrategias integrales de tamizaje temprano, educación comunitaria y campañas comunicacionales sostenidas de sensibilización las cuales no solo permitirán preservar la visión, sino promover la equidad y el desarrollo humano, lo que justifica esta investigación. De hecho, una campaña comunicacional efectiva permitirá detectar la condición tempranamente y optimizar su atención.

Palabras clave: ambliopía, desconocimiento, comunicación en salud, alfabetización visual, infancia, percepción, invisibilidad social

Abstract

Amblyopia is a preventable visual condition whose magnitude contrasts with its limited presence among public health priorities. The World Health Organization estimates that million people present some degree of visual impairment, and that at least 1 billion cases could have been avoided through early diagnosis (WHO, 2023). However, amblyopia (3% to 5% of the general population) remains practically absent in mass campaigns and in public health communication, which contributes to late diagnoses and the underestimation of its effects. Its repercussions extend beyond vision; they affect academic performance, motor coordination, self-esteem, and, in adulthood, employment and social opportunities. The analysis was conducted through a documentary review and a critical examination of specialized literature, integrating epidemiological reports, clinical studies, and recent evidence syntheses. Sources were selected based on criteria of timeliness, relevance, and methodological rigor. Among them, the meta-analysis by Searle et al. (2020) stands out for contrasting the effectiveness of various therapeutic interventions and revealing the gap between available scientific knowledge and its incorporation into preventive policies. Inequalities in access to the diagnosis and treatment of amblyopia affect life trajectories from childhood onward. Therefore, its approach must be prioritized through comprehensive strategies for early screening, community education, and sustained communication campaigns for awareness, which will not only preserve vision but also promote equity and human development, justifying this research. In fact, an effective communication campaign will enable early detection of the condition and optimize care.

Keywords: amblyopia, lack of awareness, health communication, visual literacy, childhood, perception, social invisibility.

Introducción.

La ambliopía infantil (Baja visión binocular o monocular), es una condición silenciosa cuya gravedad se esconde precisamente en esa cualidad; no duele, no genera alarma, no interrumpe la rutina familiar ni escolar, y rara vez produce señales visibles que despierten sospechas, en especial la ambliopía funcional monocular, mejor conocida como “ojo vago”, “flojo” o “perezoso”. Su discreción opera como un velo que cubre un problema profundo, pues en un entorno donde la visión se asume como un sentido garantizado, la posibilidad de que un niño vea menos de lo esperado se diluye entre la normalidad aparente y la confianza excesiva en la percepción cotidiana. Vivimos en sociedades saturadas de estímulos visuales, donde la mirada es el principal puente con el mundo, pero paradójicamente se reflexiona poco sobre su fragilidad. La vista se da por sentada, como si fuera un recurso inagotable, y esa naturalización contribuye a que la ambliopía permanezca oculta en la

vida diaria de familias, docentes y comunidades enteras.

La Organización Mundial de la Salud estima que más de 2.200 millones de personas presentan algún grado de deficiencia visual, y que al menos 1.000 millones de esos casos pudieron haberse evitado mediante un diagnóstico oportuno (OMS, 2023). Aunque el organismo declaró el quince de octubre de cada año como Día Mundial para la Prevención de la Ambliopía (comprendido en la patología, el “ojo vago”, afección dentro de ese conjunto prevenible), su presencia en la agenda pública sigue siendo mínima. La ambliopía permanece socialmente invisible, ya que no protagoniza campañas masivas, no ocupa titulares y no despierta la urgencia emocional que generan otras condiciones de salud. Pero, su impacto es profundo. Afecta el rendimiento escolar, la coordinación motora, la autoestima y en la adultez, limita oportunidades laborales y sociales. La ambliopía no solo compromete la visión; compromete trayectorias y calidad de

vida en medio de un gran desconocimiento de su existencia.

El ensayo se estructura a partir de una revisión documental que integra fuentes clínicas, comunicacionales y éticas. Esta revisión incorpora necesariamente estudios pioneros e inéditos del propio autor —Urbina, Rojas y colaboradores (1993) y Urbina Villamizar et al. (1995)—, los cuales analizaron la incidencia de la ambliopía en Venezuela. Dichos trabajos destacaron la prevalencia del problema en esa época siempre solamente manejado en algunos entornos académicos o de posgrado, pero que demostraron en muestras aleatorias de clases medias y bajas comparadas en iguales circunstancias, mismos resultados con una tasa del 3,15%, coincidente con el promedio mundial. Posteriormente, se sumaron publicaciones avaladas por el Centro Venezolano de Estrabismo y Oftalmología Pediátrica (CVEOP, 2011), que evidenciaron la persistencia y magnitud del problema en la población escolar. Todo ello subraya la necesidad de estrategias de detección temprana en la ventana

crítica de tratamiento (menores de cinco años), junto con campañas de información al público general, dado el desconocimiento masivo del tema, independiente de la clase social o la cultura de la población. También se incorporan análisis globales, como el informe del Global Burden of Disease (GBD, 2021), que sitúa la ambliopía dentro del conjunto de discapacidades visuales prevenibles y revisiones contemporáneas sobre adherencia al tratamiento, como el metaanálisis de Searle et al. (2020).

La revisión documental referida, incluye además estudios sobre percepciones parentales, como el trabajo de Budd, Haseeb y Richardson (2019), que explora cómo los imaginarios culturales influyen en la comprensión del “ojo vago” e igualmente, revisiones sobre la eficacia del tratamiento temprano, como la de Martín Gil y Romero Luna (2019). Se incorporan también guías institucionales, entre ellas la de la Asociación Mundial de Oftalmología (WOC, 2023), que enfatiza la importancia del diagnóstico precoz, y marcos éticos como el Código Deontológico del Comunicador Social

de FELAFACS (2011) y las orientaciones del NIH (2021) sobre comunicación ética en investigaciones con población infantil. Esta revisión documental no se utiliza como un repositorio de datos aislados. Será traducida en un corpus interpretativo que permita comprender cómo distintos discursos (clínicos, educativos, mediáticos y familiares) construyen la ambliopía a manera de un fenómeno silencioso y socialmente subestimado. A partir de este corpus, el ensayo organizará su análisis en ejes temáticos que articulen dimensiones comunicacionales, culturales, éticas y tecnológicas, con el fin interpretar el porqué se produce el desconocimiento social y qué estrategias comunicacionales pueden contribuir a transformarlo, ya que el problema no es únicamente clínico. Es comunicacional, cultural y simbólico;

La falta de información no surge por azar, sino como resultado de prácticas discursivas que silencian ciertos temas, de instituciones que no priorizan la salud visual infantil, de

creencias heredadas que minimizan la importancia de los controles tempranos y de modos de relación que moldean la manera en que las comunidades interpretan el bienestar infantil. La ambliopía no circula en las conversaciones cotidianas, no forma parte del repertorio de preocupaciones parentales más comunes, no aparece en los medios con la frecuencia de otras afecciones. Comprender esta condición exige desplazar la mirada desde el ojo hacia el entorno. La ambliopía no solo se desarrolla en la retina o en la corteza visual; también se desarrolla en los discursos, en los silencios y en las prácticas culturales. La comunicación en salud, la alfabetización visual, los imaginarios colectivos y la ética comunicacional se convierten en claves para entender por qué una condición tratable sigue generando consecuencias permanentes en miles de niños actualmente. La comunicación no es un simple canal para transmitir datos médicos, sino que es un espacio donde se

configuran sentidos, se legitiman preocupaciones, se decide qué merece atención y qué puede esperarse.

Reflexivamente se propone abordar la ambliopía infantil desde una perspectiva comunicacional amplia, entendiendo que la información no circula en abstracto, sino en contextos sociales atravesados por emociones, creencias, desigualdades y experiencias previas. La detección temprana no depende solo de la tecnología o del conocimiento clínico, sino de la capacidad de las comunidades para reconocer señales, interpretar mensajes y actuar. La comunicación en este sentido, no es un complemento del proceso médico, es un componente esencial para transformar la percepción pública y construir una cultura de cuidado visual que permita minimizar su impacto social.

Metodología

El análisis se enmarca en el paradigma interpretativo, que concibe la realidad social como una construcción simbólica generada por significados, prácticas y discursos

circulantes en una comunidad. Desde esta perspectiva, la ambliopía infantil trasciende su concepción como simple trastorno visual de atención médica: emerge como un fenómeno sociocultural cuya visibilidad, comprensión y tratamiento están mediados por los sentidos que familias, escuelas, profesionales de la salud y medios de comunicación atribuyen a la visión y al cuidado infantil. Este enfoque revela, además, el profundo desconocimiento de la ambliopía en la población general, limitando su detección temprana y manejo efectivo.

Se fundamenta en la tradición hermenéutica de Gadamer y su Teoría del Diálogo (*“Verdad y Método”*, 1960), para quien la comunicación es un proceso de interpretación, fundamentando la comunicación en salud como encuentro de sentidos. Comprender implica interpretar desde horizontes culturales e históricos que condicionan la manera en que los sujetos otorgan sentido al mundo. La ambliopía en este marco, se dilucida a partir de creencias heredadas, imaginarios sobre la normalidad

visual e institucionales que moldean la percepción pública del problema. Se inferiría según Gadamer que la ambliopía es invisible porque no existe un horizonte cultural que la haga significativa. La hermenéutica permite analizar cómo estos marcos simbólicos influyen en la detección temprana, en la adherencia al tratamiento y en la construcción social del desconocimiento.

Asimismo, se retoma la sociología comprensiva, tesis de Weber en su obra maestra póstuma *“Economía y Sociedad”* (1920/22), especialmente en cuanto a su noción de acción social, que destaca la importancia de comprender las motivaciones y significados que orientan las decisiones de los individuos, del cómo las personas interpretan su realidad. Es el sentido subjetivo que los individuos dan a sus conductas en relación con otros. Así, las familias actúan según creencias y no datos. A su vez y como se demostrará, la adherencia al tratamiento es una acción social cargada de sentido. Esta perspectiva resulta clave para interpretar porqué muchas familias minimizan señales tempranas, porqué

los docentes no sospechan disfunciones visuales o porqué los medios no priorizan la ambliopía: no por falta de datos, sino por los sentidos culturales que atribuyen a la salud visual infantil.

La ambliopía como problema sociocomunicacional.

La ambliopía suele explicarse como un trastorno del desarrollo visual en el que uno de los ojos o ambos simultáneamente no alcanzan su potencial de agudeza visual definida como 20/20, debido a una falta de estimulación adecuada durante los primeros años de vida. Sin embargo, esta definición técnica no basta para comprender su persistencia. El problema no radica solo en la fisiología del ojo, sino en la manera en que la sociedad interpreta o ignora esa fisiología. En este escenario aplica la Teoría del símbolo y la narrativa de Paul Ricoeur (1983/85) sobre la identidad narrativa, la cual explora al lenguaje metafórico y la hermenéutica para explicar cómo se produce el desconocimiento. Ello permite analizar como los relatos familiares, escolares y mediáticos,

construyen la percepción del “ojo vago”.

El desconocimiento no es ausencia de información, sino un entramado de significados. Las familias no identifican señales tempranas porque no saben qué buscar; los docentes no sospechan dificultades visuales porque asumen que “si el niño no se queja, ve bien”; los medios no abordan el tema porque no lo consideran relevante; y los profesionales de la salud no siempre comunican con claridad debido a una formación centrada más en lo clínico que en lo pedagógico.

Y ese desconocimiento persiste porque los mensajes preventivos no logran pertinencia cognitiva según la *Teoría de la Relevancia* (Wilson, D., & Sperber, D., 2004): el esfuerzo procesual para padres y maestros supera los efectos cognitivos positivos percibidos, impidiendo que la nueva información interactúe eficazmente con su conocimiento previo para generar conciencia oportuna, de tal forma la necesidad de detección no solo sea planteada como médica, sino asumida como un imperativo de diseño discursivo

relevante. Se debe llevar a la práctica un “*scaffolding*” lingüístico inspirado en Bruner (1983), donde el investigador o médico construye un andamiaje social-educativo de lenguaje accesible que guía progresivamente al adulto hacia la comprensión del diagnóstico y en donde se destaque la importancia de la ventana crítica del desarrollo visual infantil.

El Modelo de Creencias en Salud (Rosenstock, 1974) también ayuda a comprender esta dinámica. La percepción de susceptibilidad es baja, ya que los padres no creen que su hijo pueda tener un problema visual si no lo expresa. La percepción de gravedad también es limitada, pues la ambliopía no se asocia con riesgo vital. Esto incrementa las barreras percibidas; por lo tanto, el uso de parches oculares o anteojos genera resistencia estética y emocional. A ello se suma que los beneficios del tratamiento no son inmediatos, lo que hace que la acción preventiva pierda fuerza.

Según Peter Berger y Thomas Luckmann (*Construcción de la realidad*, 1966), la realidad cotidiana

se construye socialmente a través de la interacción, internalización y objetivación. Los seres humanos crean su propio orden social y simultáneamente son moldeados por él en un proceso que desnaturaliza lo que no está institucionalizada como problema social.

Ante tal escenario, la comunicación en salud tiene la responsabilidad de intervenir en falsas percepciones; no solo informando, sino transformando sentidos. Para ello, la ambliopía debe dejar de ser un concepto técnico y convertirse en una preocupación social legítima. Esta transición requiere un trabajo comunicacional profundo, sostenido y culturalmente sensible. La información médica puede explicar qué es la ambliopía, pero no garantiza que una familia la perciba como urgente, que un docente la reconozca como un factor que afecta el aprendizaje o que una comunidad la incorpore dentro de sus prioridades de cuidado infantil.

Cuando la ambliopía se presenta únicamente como un término técnico, queda confinada al ámbito de los especialistas y se convierte en un asunto distante de la vida diaria. Pero

cotidiano al revelar que nuestras “verdades” son construcciones históricas. De tal modo, explican cómo la sociedad define que es “real”, “normal” o “preocupante”. La ambliopía es invisible cuando se comunica como una condición que afecta el desarrollo integral del niño, su rendimiento escolar, su autoestima y su futuro, comienza a ocupar un lugar en la conciencia colectiva. La comunicación tiene la capacidad de desplazar la ambliopía del terreno de lo desconocido al de lo significativo, del silencio al diálogo, de la indiferencia a la acción.

Transformar sentidos implica intervenir en los imaginarios, las emociones, las creencias y las narrativas que las personas utilizan para interpretar la salud. La comunicación en salud debe traducir el conocimiento científico en relatos comprensibles y significativos para la vida cotidiana. No basta con afirmar que “la ambliopía debe tratarse temprano”; es necesario construir un marco de sentido donde esa afirmación tenga relevancia emocional, ética y social. La

comunicación debe conectar con las experiencias de las familias, con sus miedos, expectativas y formas de entender el bienestar infantil.

Reorientar la comprensión implica intervenir en creencias que se han consolidado con el tiempo. Este enfoque revela el profundo desconocimiento de la ambliopía en la población general, pues muchas familias interpretan la ausencia de quejas como señal de buena visión, confían la vista mejorará sola según piensan, o consideran el uso de parches oculares como una incomodidad estética más que como un tratamiento necesario. Los padres en general no detectan síntomas sutiles como entrecerrar los ojos o inclinar la cabeza para enfocar, asumiendo que son hábitos normales en lugar de señales de un ojo "perezoso" que afecta hasta al 5% de los niños. Como señala Thompson y coautores (2004), "la ambliopía es la causa principal de pérdida visual en la infancia en países desarrollados, pero su detección temprana se ve obstaculizada por la falta de conciencia pública sobre su naturaleza y tratamiento oportuno".

Estas percepciones no cambian únicamente con información técnica, sino mediante estrategias comunicacionales que comprendan la dimensión afectiva del cuidado infantil. La comunicación debe ofrecer acompañamiento cercano, orientar con claridad y sensibilizar sin imponer. Su función es generar confianza, propiciar conversaciones abiertas y evitar enfoques que culpabilicen, de modo que las familias puedan resignificar el tratamiento como un acto de protección y no como una carga.

Además, la comunicación en salud puede visibilizar aquello que históricamente ha permanecido oculto. La ambliopía rara vez aparece en los medios, no forma parte de campañas masivas y casi nunca se menciona en conversaciones comunitarias. Su invisibilidad simbólica alimenta su invisibilidad clínica. Por ello, la comunicación debe asumir un rol activo en la construcción de presencia pública para incluir la ambliopía en narrativas mediáticas, programas educativos, contenidos digitales, discursos institucionales y conversaciones

familiares. Convertir la ambliopía en una preocupación social legítima implica reconocer que su impacto trasciende lo individual. Un niño con visión reducida enfrenta barreras sociales, educativas y emocionales que afectan su integración y desarrollo. La comunicación en salud, al intervenir en las percepciones colectivas, contribuye a crear entornos más sensibles, informados y comprometidos con la detección temprana.

Para transformar la realidad actual evidenciada, es necesario que la ambliopía deje de avanzar en silencio y se convierta en un tema visible, comprendido y asumido colectivamente. Cuando una comunidad reconoce la importancia de la salud visual infantil, las familias aprenden a identificar señales tempranas, las escuelas integren la visión dentro del bienestar estudiantil y los medios incorporen el tema en sus agendas, la condición dejará de ser un asunto aislado para convertirse en una responsabilidad compartida. Ese paso (del silencio a la conciencia, de la indiferencia al cuidado); marca el verdadero alcance

de la comunicación en salud, capaz de movilizar percepciones, generar compromiso social y abrir caminos hacia una cultura de prevención que proteja el desarrollo visual de la infancia.

Comunicación, salud pública y alfabetización visual.

Según Paulo Freire (1968), la alfabetización visual es un proceso de concienciación donde la comunicación debe ser dialógica y no vertical. La información sobre salud visual es un componente esencial para comprender la ambliopía como fenómeno social en campañas comunitarias. No debe limitarse a la capacidad de leer una cartilla optométrica; implica entender cómo funciona la visión, reconocer factores de riesgo, identificar señales tempranas y comprender por qué la intervención oportuna es decisiva para evitar secuelas permanentes. Desde esta perspectiva, la alfabetización visual abarca un conjunto de habilidades cognitivas, culturales y comunicativas que permiten interpretar información, evaluar su pertinencia, tomar

decisiones informadas y actuar de manera responsable frente al cuidado visual infantil (Nutbeam, 2000).

En contextos donde la salud visual no ocupa un lugar relevante en la conversación pública, la alfabetización visual suele ser baja. La comunicación institucional, con frecuencia, se limita a campañas aisladas que no logran continuidad ni adaptaciones culturales que faciliten su apropiación. La información se difunde de manera fragmentada, sin narrativas que conecten con las experiencias reales de las familias ni con las dinámicas escolares. A esto se suma que la comunicación médica mantiene en muchos casos, un enfoque vertical y técnico que dificulta el diálogo y la comprensión profunda del problema. El resultado es un entorno donde la ambliopía permanece invisibilizada, no por falta de datos, sino por ausencia de estrategias comunicacionales que la vuelvan significativa para la vida cotidiana.

Por ello, la comunicación en salud debe asumir un rol pedagógico más amplio y sostenido. No basta con afirmar que “la ambliopía debe

tratarse temprano”; es necesario explicar por qué el tiempo es un factor crítico, cómo se desarrolla la condición, qué señales pueden pasar desapercibidas y cuáles son las consecuencias de no intervenir a tiempo. La comunicación debe ser clara, empática y culturalmente pertinente, reconociendo que las familias interpretan la salud desde sus creencias, temores, expectativas y experiencias previas. También debe considerar que la comprensión de la salud visual se construye en interacción con la escuela, los medios de comunicación, las redes sociales y los entornos comunitarios.

Una alfabetización visual sólida no solo mejora la capacidad de las familias para identificar señales tempranas, sino que fortalece la autonomía en la toma de decisiones y promueve prácticas preventivas sostenidas. Cuando la comunicación en salud logra articular información científica con narrativas accesibles y emocionalmente significativas, se generan condiciones para que la ambliopía deje de ser un concepto técnico y se convierta en un tema socialmente reconocido. En ese

proceso, la alfabetización visual se transforma en una herramienta de empoderamiento colectivo, capaz de reducir desigualdades, mejorar la detección temprana y contribuir a una cultura de cuidado visual que acompañe el desarrollo integral de la infancia.

El rol de la familia en la construcción del sentido visual.

La familia constituye el primer espacio donde se interpreta la salud infantil y donde se configuran las decisiones que determinan el bienestar visual del niño. Es en el hogar donde se evalúa si un síntoma merece atención, si una consulta es necesaria o si un tratamiento resulta aceptable. En el caso de la ambliopía, esta dinámica se vuelve especialmente compleja porque la condición no genera dolor, inflamación ni señales evidentes. Su carácter silencioso facilita que sea minimizada o interpretada como una variación normal del desarrollo. Pero el problema, no por ser aparentemente invisible deja de ser relevante.

Ante tales construcciones culturales, el tratamiento introduce además tensiones afectivas que la familia debe gestionar. El uso de parches oculares o anteojos puede generar resistencia en los niños, quienes pueden sentirse diferentes o ser objeto de burlas en la escuela. Para los padres, estas situaciones pueden despertar culpa, frustración o temor, especialmente si interpretan el diagnóstico como un reflejo de descuido o falla personal. En este punto, la comunicación en salud adquiere un papel fundamental; no solo debe informar, sino acompañar emocionalmente, orientar con claridad y ayudar a resignificar el tratamiento como un acto de cuidado y protección, no como una carga o un castigo.

La alfabetización visual, entendida como la capacidad de comprender la salud ocular, interpretar información y tomar decisiones informadas (Nutbeam, 2000), se construye en gran medida dentro del entorno familiar. Cuando las familias cuentan con información clara, accesible y culturalmente acertada, pueden identificar señales tempranas,

comprender la importancia del diagnóstico oportuno y sostener el tratamiento con mayor convicción. Por el contrario, cuando la comunicación es técnica, distante o culpabilizante, se generan resistencias que dificultan la adherencia terapéutica.

La familia necesita comprender que la ambliopía no es un defecto moral ni una falla parental, sino una condición del desarrollo visual que requiere atención temprana. La comunicación en salud debe empoderar, no culpabilizar; debe ofrecer herramientas para actuar, no generar miedo o vergüenza. En este sentido, la comunicación empática y pedagógica contribuye a fortalecer la autonomía familiar, a reducir el estigma asociado al tratamiento y a promover una cultura de cuidado visual que acompañe el desarrollo integral del niño.

La escuela como escenario de percepción y estigma.

Adquiere relevancia cuando se comprende que este espacio no solo cumple funciones académicas, sino que también actúa como un entorno

donde se construyen identidades, se negocian diferencias y se reproducen imaginarios sociales sobre la normalidad y la diversidad. En este contexto, la presencia de un niño que utiliza parche ocular o anteojos no pasa desapercibida, ya que su imagen se convierte en un signo que puede activar miradas, comentarios o actitudes que influyen directamente en su experiencia escolar. La ambliopía, al no ser visible en sí misma, se hace evidente a través del tratamiento, y es allí donde emergen dinámicas de estigmatización que afectan la autoestima del niño y su disposición a continuar con la intervención terapéutica.

La escuela funciona como un microcosmos social donde los significados asociados a la diferencia se amplifican. El estigma no proviene de la condición visual, sino de los sentidos culturales que se atribuyen a aquello que se aparta de la norma. En este escenario, el niño con parche ocular y/o anteojos correctivos puede ser percibido como “distinto”, lo que abre la puerta a burlas, exclusiones o comentarios que, aunque parezcan inofensivos para los adultos, tienen

un impacto profundo en la vivencia emocional del niño. Estas dinámicas no solo afectan su bienestar, sino que pueden comprometer la adherencia al tratamiento, especialmente cuando el uso del necesario parche se convierte en motivo de vergüenza o incomodidad.

La comunicación escolar, por tanto, debe asumir un rol activo en la construcción de una cultura de inclusión. Los docentes necesitan herramientas para identificar señales de alerta relacionadas con la visión, pero también para acompañar emocionalmente a los niños que atraviesan tratamientos visuales. Esto implica promover conversaciones abiertas sobre la diversidad, sensibilizar al grupo y generar un clima donde el uso de parches oclusores oculares o anteojos no sea motivo de burla, sino una expresión más de las diferencias humanas. La ambliopía debe ser comprendida como parte de la diversidad del desarrollo infantil y no como una anomalía que deba ocultarse o minimizarse.

El enfoque ecosistémico de Bronfenbrenner permite comprender

cómo la experiencia del niño con ambliopía no se limita a su vivencia individual, sino que se configura en la interacción entre distintos sistemas definidos como la familia, la escuela, la comunidad y los entornos culturales más amplios. Desde esta perspectiva, la escuela no es un espacio aislado, sino un nodo dentro de una red de influencias que moldean la percepción del niño sobre sí mismo y sobre su condición visual. La ambliopía, entonces, no puede abordarse únicamente desde la clínica; requiere intervenciones comunicacionales que articulen a todos los actores del entorno infantil.

Cuando la escuela se convierte en un espacio que reconoce la diversidad visual, que acompaña emocionalmente y que promueve el respeto, contribuye a reducir el estigma y a fortalecer la adherencia al tratamiento. En cambio, cuando reproduce imaginarios de burla o indiferencia, refuerza barreras que dificultan el proceso terapéutico. Por ello, la comunicación escolar no solo informa sino transforma percepciones, genera empatía y construye un entorno donde el niño

puede vivir el tratamiento como parte de su desarrollo, y no como una marca que lo separa de los demás.

Imaginarios culturales y construcción social del desconocimiento.

Estos elementos cruciales en el entorno de la ambliopía se sostienen en dinámicas profundas que moldean la manera en que las sociedades interpretan la salud y jerarquizan aquello que consideran digno de atención. El desconocimiento no es un vacío informativo, sino el resultado de marcos simbólicos que privilegian lo visible sobre lo invisible, lo urgente sobre lo silencioso y lo espectacular sobre lo cotidiano. Tal como advierte Nutbeam (2000), la comprensión de la salud depende tanto del acceso a la información como de los contextos culturales que permiten interpretarla. En este sentido, la ambliopía queda fuera del campo perceptivo colectivo porque no encaja en los criterios que suelen activar la alarma social: no duele, no incapacita de forma inmediata y no altera la apariencia física de manera evidente a menos que se acompañe de estrabismo.

La visión se asume como un sentido garantizado, casi automático. La posibilidad de que un niño vea menos de lo esperado no forma parte del imaginario colectivo, lo que coincide con la baja percepción de susceptibilidad descrita por el Modelo de Creencias en Salud (Rosenstock, 1974). Esta naturalización del ver contribuye a que la ambliopía carezca de un relato social fuerte: no aparece en narrativas mediáticas, no se asocia con historias de vida conocidas y no circula en conversaciones familiares o escolares. Su invisibilidad simbólica alimenta su invisibilidad clínica, generando un círculo en el que lo que no se nombra no se busca, y lo que no se busca no se detecta.

La construcción social del desconocimiento también se relaciona con la forma en que se distribuye la autoridad sobre el saber. La salud visual infantil suele quedar confinada al ámbito clínico, lo que limita su presencia en espacios comunitarios. Nutbeam (2000) señala que la alfabetización en salud implica no solo recibir información, sino poder interpretarla y aplicarla en la vida

cotidiana. Cuando la ambliopía no tiene presencia en relatos culturales, las familias carecen de referentes para reconocerla, los docentes no la consideran dentro de sus sospechas habituales y los medios no la incluyen en sus agendas informativas. Así, la condición permanece en un territorio simbólico marginal.

Frente a este escenario, la comunicación tiene la responsabilidad de construir nuevos relatos que permitan resignificar la ambliopía como un tema socialmente relevante. Esto implica generar narrativas que humanicen la experiencia de historias de familias que detectaron la condición a tiempo, testimonios de adultos que no fueron diagnosticados en su infancia, relatos que muestren cómo un tratamiento temprano puede transformar trayectorias de vida. Estas narrativas no solo informan; sino que amplían el marco cultural desde el cual se interpreta la salud visual infantil, contribuyendo a que la ambliopía deje de ser un fenómeno invisible y se convierta en parte de la conversación pública.

Al articular testimonios, experiencias y conocimientos, la comunicación

puede romper el silencio simbólico que rodea a la ambliopía. En ese proceso, transforma la percepción social, fortalece la alfabetización visual y abre la posibilidad de una detección temprana más equitativa y efectiva en beneficio de la población infantil afectada, impactando positivamente su calidad de vida individual y del entorno.

Ética y responsabilidad comunicacional.

Jürgen Habermas (*Acción comunicativa-ética del diálogo, esfera pública*, 1981) fundamenta la comunicación en salud como proceso orientado al entendimiento y justifica campañas éticas, claras y participativas, aportando la dimensión ética y pública a la comunicación. Profundiza basándose en las normas consensuadas a través de la argumentación racional. Habermas introduce como una instancia decisiva en el proceso de categorización de la racionalidad, el problema de la verdad. La verdad es referida a estados de cosas en el mundo, de modo que guarda una relación cercana con el mundo objetivo, con

los hechos, y puede ser objeto de un enjuiciamiento, a diferencia del saber que se comprueba mediante datos.

Por lo tanto, la comunicación en salud implica una responsabilidad ética que va más allá de la transmisión de información correcta. Supone reconocer que cada mensaje tiene efectos emocionales, cognitivos y sociales, y que su impacto puede influir directamente en la toma de decisiones de las familias. Desde esta perspectiva, la ética comunicacional exige un equilibrio cuidadoso para evitar el alarmismo que paraliza, pero también la trivialización que invisibiliza el riesgo. Como plantea Nutbeam (2000), la alfabetización en salud no solo depende del contenido transmitido, sino de la forma en que este se adapta a las realidades culturales, educativas y emocionales de las comunidades. Esto implica diseñar estrategias que sean comprensibles, pertinentes y sensibles al contexto, evitando caminos que culpabilicen o generen temor. La ética comunicacional en este sentido, se vincula con la capacidad de reconocer que no todas las familias

parten del mismo nivel de conocimiento ni de las mismas condiciones para actuar frente a un diagnóstico

La comunicación en salud también debe considerar las desigualdades de acceso a la información, las brechas educativas y las diferencias culturales que influyen en la interpretación de los mensajes. Niklas Luhman en (*Teoría de Sistemas Sociales: Lineamientos para una teoría general*, 1984) permite analizar cómo los sistemas de salud, educación o medios producen visibilidad o invisibilidad y explica porqué ciertos temas no circulan en la agenda pública. En ella se establecen diferencias entre su enfoque sobre sistemas sociales y el estructural del funcionalismo clásico. Se agrega lo expresado por Paul Freire sobre el mismo tema (*"Pedagogía crítica"*, 1970) con una orientación en la educación, como acto político, liberador y transformador.

La deontología de la comunicación en salud se sustenta en principios como veracidad, claridad, inclusión y ausencia de conflictos de interés. Estos principios coinciden con los

planteamientos del Modelo de Creencias en Salud (Rosenstock, 1974), que destaca la importancia de mensajes que fortalezcan la percepción de beneficio y reduzcan barreras para la acción. La comunicación debe empoderar a las familias, no confundirlas ni intimidarlas; debe promover decisiones informadas, no obediencia ciega. Esto implica explicar con transparencia los riesgos, las alternativas y las consecuencias, pero también acompañar emocionalmente el proceso de comprensión.

En el caso de la ambliopía, la ética comunicacional adquiere especial relevancia porque se trata de una condición silenciosa, poco conocida y cargada de interpretaciones culturales. La comunicación debe ayudar a las familias a comprender que la ambliopía no es un fallo parental ni un signo de descuido, sino una condición del desarrollo visual que requiere atención temprana. Debe ofrecer herramientas para actuar, no generar culpa; debe abrir espacios de diálogo, no imponer decisiones; debe humanizar el

tratamiento, no reducirlo a un protocolo técnico.

Es por ello, que una comunicación ética y responsable contribuye a construir confianza, a fortalecer la alfabetización visual y a promover una cultura de cuidado que trascienda el ámbito clínico. En este sentido, la ética no es un complemento, sino el eje que orienta la manera en que la información se convierte en acción y la acción en bienestar para los niños y sus familias.

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), ecosistemas digitales y nuevas posibilidades de alfabetización visual.

Las TIC's y la comunicación abren un campo de posibilidades para transformar la percepción social de la ambliopía y fortalecer la alfabetización visual. Su potencial no radica únicamente en la difusión masiva de información, sino en la capacidad de generar experiencias de aprendizaje accesibles, dinámicas y culturalmente pertinentes. Desde la perspectiva de la alfabetización en salud planteada por Nutbeam (2000),

las TIC”s permiten desarrollar no solo habilidades funcionales (comprender qué es la ambliopía o cómo se trata), sino también habilidades interactivas y críticas, necesarias para interpretar información, evaluar su calidad y tomar decisiones informadas.

Por otra parte, los ecosistemas digitales ofrecen múltiples formatos que facilitan la comprensión de la ambliopía, como videos explicativos que muestran cómo se desarrolla la condición, infografías que simplifican conceptos clínicos, aplicaciones móviles que ayudan a las familias a identificar señales tempranas, plataformas educativas que integran contenidos visuales adaptados a distintos niveles de comprensión y redes sociales que permiten crear comunidades de apoyo entre padres, docentes y profesionales de la salud. Estos recursos amplían el alcance de la comunicación, permiten llegar a públicos diversos y se adaptan a distintos estilos de aprendizaje, lo que resulta especialmente valioso en contextos donde la salud visual no forma parte de la conversación pública.

Sin embargo, la digitalización también introduce desafíos. La sobreabundancia de información puede generar confusión, y la circulación de contenidos no verificados puede reforzar mitos o prácticas inadecuadas. En línea con los planteamientos del Modelo de Creencias en Salud (Rosenstock, 1974), la percepción de riesgo y la toma de decisiones pueden verse distorsionados por mensajes alarmistas, trivializados o contradictorios. Además, los algoritmos de las plataformas digitales tienden a priorizar contenidos llamativos por encima de los rigurosos, lo que puede invisibilizar información relevante sobre la ambliopía o desplazarla en favor de narrativas más sensacionalistas.

Por ello, la comunicación en salud debe aprovechar las TIC con criterio ético y pedagógico. No se trata de incorporar tecnología por moda, sino de utilizarla para fortalecer la alfabetización visual, promover la detección temprana y acompañar emocionalmente a las familias. Esto implica diseñar contenidos claros,

culturalmente adecuados y basados en evidencia; verificar la calidad de la información y fomentar la participación activa de las comunidades en la construcción de conocimiento. También requiere reconocer las brechas digitales que afectan el acceso a estos recursos, especialmente en contextos con desigualdades tecnológicas.

Cuando se integran de manera responsable, las TIC's pueden convertirse en un puente entre el conocimiento clínico y la vida cotidiana, permitiendo que la ambliopía deje de ser un concepto técnico y se transforme en un tema socialmente comprendido. En este sentido, los ecosistemas digitales no solo informan, sino que amplían horizontes, conectan experiencias y contribuyen a construir una cultura de cuidado visual más inclusiva y consciente, lo que permite impactar de forma asertiva en el objeto de estudio.

Discusión.

La ambliopía infantil emerge, a la luz del análisis realizado, como un fenómeno que trasciende lo

estrictamente clínico y se inserta en una compleja red de significados culturales, prácticas sociales y dinámicas comunicacionales. La revisión documental evidencia que, aunque su prevalencia y consecuencias están sólidamente documentadas en estudios clínicos pioneros de vieja data realizados en Venezuela por Urbina, Rojas y colaboradores (1993) y Urbina Villamizar et al. (1995); la condición continúa siendo subestimada en la vida cotidiana sin cambiar su prevalencia. Esta brecha entre el conocimiento científico y la percepción social constituye el núcleo del problema sociocomunicacional.

Los hallazgos globales del Global Burden of Disease (GBD, 2021) refuerzan esta idea al mostrar que la ambliopía forma parte del conjunto de discapacidades visuales prevenibles cuya carga persiste debido a fallas en la detección temprana y en la alfabetización en salud visual. Sin embargo, la persistencia del desconocimiento no puede explicarse únicamente por la falta de información, sino por la forma en que dicha información circula, se

interpreta y se integra o no en los imaginarios colectivos.

Desde el paradigma interpretativo, la ambliopía se revela como un fenómeno construido socialmente. Las creencias familiares, los silencios institucionales, la ausencia de narrativas mediáticas y las prácticas escolares configuran un entorno donde la condición permanece simbólicamente invisible. Los estudios de Budd, Haseeb y Richardson (2019) muestran que los padres suelen interpretar el “ojo vago” desde marcos culturales que minimizan su gravedad, lo cual coincide con lo observado en el contexto venezolano y latinoamericano. Esta interpretación cultural explica porqué la percepción de susceptibilidad y gravedad evidenciado según el Modelo de Creencias en Salud de Rosenstock (1974) es baja, afectando la adherencia al tratamiento, tal como lo confirma la meta-análisis de Searle et al. (2020).

La discusión además revela que la alfabetización visual es un componente crítico. Nutbeam (2000) plantea que la alfabetización en salud

no se limita a comprender información, sino a poder aplicarla en la vida cotidiana. En el caso de la ambliopía, la baja alfabetización visual se manifiesta en la incapacidad de identificar señales tempranas, la resistencia al uso del parche ocular o portar anteojos y la falta de continuidad en los controles visuales. Esto se agrava en contextos donde la comunicación institucional es fragmentada y la comunicación médica mantiene un enfoque vertical y de argot complejo, transgrediendo la máxima de cantidad según Grice, H.P. (1975), respecto a la necesaria utilización de un lenguaje claro y suficiente que destaque la forzosa atención en edades críticas, lo cual genera ruptura del principio de cooperación por los afectados a pesar del esfuerzo de los sistemas sanitarios universales.

La escuela, como espacio de socialización, reproduce y amplifica imaginarios sobre la diferencia. El análisis muestra que el estigma asociado al parche ocular o a los anteojos no proviene de la condición visual en sí, sino de los significados culturales atribuidos a la apariencia y

la normalidad. El enfoque ecosistémico de Bronfenbrenner (1979) permite comprender cómo estas dinámicas escolares interactúan con las creencias familiares y los discursos mediáticos, configurando un entorno que puede favorecer o dificultar la adherencia al tratamiento.

También se evidencia que la ética comunicacional es un eje transversal. La comunicación en salud debe equilibrar claridad, sensibilidad y responsabilidad, evitando tanto el alarmismo como la trivialización. El Código Deontológico de FELAFACS (2011) y las orientaciones del NIH (2021) subrayan la necesidad de mensajes veraces, inclusivos y culturalmente pertinentes, especialmente cuando se trabaja con población infantil. En el caso de la ambliopía, esto implica comunicar sin culpabilizar, acompañar emocionalmente y promover decisiones informadas.

Por otra parte, las TIC emergen como una oportunidad y un desafío. Las guías de la Asociación Mundial de Oftalmología (WOC, 2023) destacan la importancia de herramientas

digitales para la detección temprana y la educación visual. Sin embargo, la digitalización también expone a las familias a desinformación y contenidos contradictorios. La discusión muestra que el uso de TIC debe estar guiado por criterios éticos y pedagógicos, integrando recursos visuales, narrativas accesibles y comunidades de apoyo que fortalezcan la alfabetización visual.

Asimismo, la discusión revela que la ambliopía infantil no persiste por falta de evidencia científica, sino por la ausencia de estrategias comunicacionales capaces de transformar sentidos, movilizar emociones y generar prácticas sociales sostenidas. La condición se mantiene en silencio porque la sociedad no ha construido aún un relato que la haga visible, urgente y compartida. Transformar esta realidad requiere articular esfuerzos entre familias, escuelas, especialistas en Oftalmología y Optometría, Pediatras, instituciones de salud, medios de comunicación y ecosistemas digitales, reconociendo que la comunicación no es un complemento del proceso clínico,

sino un componente esencial para la prevención y el cuidado visual infantil.

Conclusión.

Una vez identificados los vacíos y controversias que rodean la ambliopía infantil, se puede intentar explicar y concluir, que pese a ser una condición prevenible y tratable, continúa reproduciéndose como un problema silencioso debido a la interacción de factores culturales, comunicacionales y estructurales que trascienden lo estrictamente clínico. La revisión documental muestra que, aunque su incidencia (3,15%) y consecuencias están sólidamente demostradas como lo evidencian estudios pioneros en Venezuela según Urbina Villamizar et al. (1995), así como los análisis globales del *Global Burden of Disease* (2021). Aun así, la condición permanece estadísticamente significativa e invisibilizada en la vida cotidiana de las familias, las escuelas y los medios de comunicación. Esta invisibilidad no es casual: responde a imaginarios culturales que privilegian lo evidente sobre lo silencioso de acuerdo a la Teoría de los Modelos Mentales

(Johnson-Laird, 1983), referente a que los humanos solo construyen representaciones mentales de situaciones y no procesamos palabras. Así mismo también se atribuyen a las creencias heredadas que minimizan la importancia del diagnóstico temprano y a prácticas comunicacionales que no logran traducir el conocimiento científico en significados socialmente relevantes.

El análisis desde el paradigma interpretativo permite comprender que la ambliopía no solo se desarrolla en la retina o en la corteza visual, sino también en los discursos, en los silencios y en las prácticas sociales que moldean la percepción pública del problema. La baja percepción de susceptibilidad y gravedad descrita por Rosenstock (1974), la limitada alfabetización visual señalada por Nutbeam (2000) y las dinámicas ecosistémicas planteadas por Bronfenbrenner (1979) convergen para explicar por qué la detección temprana sigue siendo insuficiente, incluso en contextos donde existen recursos clínicos adecuados.

La familia, la escuela y los medios de comunicación emergen como actores

clave en la construcción del sentido visual. La familia interpreta la salud desde sus creencias y experiencias; la escuela reproduce o transforma imaginarios sobre las diferencias y los medios determinan qué temas merecen atención pública. Si estos actores carecen de información clara, culturalmente pertinente y emocionalmente significativa, la ambliopía se mantendrá fuera del radar social, perpetuando desigualdades en la detección y el tratamiento.

La ética comunicacional se presenta como un eje transversal indispensable. Comunicar sobre ambliopía implica hacerlo con sensibilidad, veracidad y responsabilidad, evitando tanto el alarmismo como la trivialización, considerando al afectado como un sujeto de derecho. El Código Deontológico de FELAFACS (2011) y las orientaciones del NIH (2021) subrayan la necesidad de mensajes inclusivos, comprensibles y libres de estigmas, especialmente cuando se trabaja con población infantil. En este sentido, la comunicación en salud no

debe culpabilizar, sino empoderar; no debe imponer, sino acompañar.

Las tecnologías digitales por su parte, abren nuevas posibilidades para democratizar el conocimiento, fortalecer la alfabetización visual y construir comunidades de apoyo. Sin embargo, su uso debe estar subordinado a criterios éticos y pedagógicos para evitar la desinformación y la saturación informativa. La guía de la Asociación Mundial de Oftalmología (WOC, 2023) destaca el potencial de estos recursos para la detección temprana y la educación visual, siempre que se integren en estrategias comunicacionales coherentes y culturalmente adaptadas.

Referencias Bibliográficas:

Al-Rashed, D., Alotaibi, A., Alhusaini, A., Alenazy, B., & Althnayan, S. (2015). Parental knowledge and prevalence of amblyopia among children screened for vision impairment in Riyadh, Saudi Arabia. *Journal of Family and Community Medicine*, 22(1), 60–65.

Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development*. Harvard University Press.

Bruce, A., Fairley, L., Chambers, B., Wright, J., & Sheldon, T. A. (2018). Amblyopia and the family: Understanding parents' perspectives on diagnosis, treatment, and impact. *Strabismus*, 26(3), 113–120.

Bruner, J. S. (1983). *Child's Talk: Learning to Use Language*. W. W. Norton & Company

Budd, A., Haseeb, A., & Richardson, M. (2019). What is the “lazy” eye? Exploring lay perceptions of amblyopia in parents and carers of affected children. *Journal of Public Health*, 41(3), e283–e289. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdy175>

Carlton, J., & Kaltenthaler, E. (2011). Amblyopia and quality of life: A systematic review. *Eye*, 25(4), 403–413. <https://doi.org/10.1038/eye.2011.4>

Centro Venezolano de Estrabismo y Oftalmología pediátrica. Oftalmología

pediátrica y Estrabismo. Diagnóstico, pautas y tratamiento. Caracas.D.C.: CEVEOP, 2011

FELAFACS. (2011). Código deontológico del comunicador social. Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. En P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics: Vol. 3. Speech Acts* (pp. 41–58). Academic Press.

Johnson-Laird, P. N. (1983). *Mental Models: Towards a Cognitive Science of Language, Inference, and Consciousness*. Harvard University Press.

Marsh-Tootle, W. L., Wall, T. C., Tootle, J. S., Person, S. D., & Kristofco, R. E. (2008). Exploring barriers to follow-up eye care for children after failed vision screening in a primary care setting. *Journal of AAPOS*, 12(1), 66–67.

NIH. (2021). Orientaciones éticas para comunicación en investigaciones con población infantil.

Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal. *Health Promotion International*, 15(3), 259–267.

Rosenstock, I. (1974). Historical origins of the Health Belief Model. *Health Education Monographs*, 2(4), 328–335.

Searle, A., Norman, P., Harrad, R., & Vedhara, K. (2020). Adherence to patching in the Amblyopia Treatment Trial: A systematic review and meta-analysis. *Ophthalmic Epidemiology*, 27(4), 247–258.
<https://doi.org/10.1080/09286586.2020.1720328>

Urbina Villamizar, N., et al. (1995). Prevalencia de ambliopía en población escolar de Caracas. *Revista Venezolana de Oftalmología*, 12(2), 45–52.

Webber, A. L., & Wood, J. (2005). Amblyopia: Prevalence, natural

history, functional effects and treatment. *Clinical and Experimental Optometry*, 88(6), 365–375.

Wilson, D., & Sperber, D. (2004). Relevance Theory. En L. R. Horn & G. Ward (Eds.), *The Handbook of Pragmatics* (pp. 607–632). Blackwell Publishing

Williams, C., Northstone, K., Harrad, R. A., Sparrow, J. M., & ALSPAC Study Team. (2002). Amblyopia treatment outcomes after screening before or at age 3 years: Follow-up from randomised trial. *BMJ*, 324(7353), 1549.

World Ophthalmology Congress (WOC). (2023). Guía institucional sobre diagnóstico precoz de ambliopía.

**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO MOTOR DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MOTIVACIÓN LABORAL: UNA
APROXIMACIÓN CRÍTICA DESDE LA CVP FAJA NORTE.**

**AUTOR:
SOTO, FRANCISCO**

Resumen

Este ensayo analiza críticamente la relación entre comunicación organizacional, motivación laboral y responsabilidad social empresarial (RSE) en el contexto institucional de la Corporación Venezolana del Petróleo (CVP) Faja Norte. A través del enfoque teórico de Sandra Orjuela Córdoba, particularmente su obra *La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial*, se examina cómo la comunicación interna ética, estratégica y bidireccional puede influir significativamente en el desempeño laboral de los trabajadores. El trabajo argumenta que la comunicación organizacional no solo transmite información operativa, sino que construye identidad, refuerza el sentido de pertenencia y configura el clima organizacional.

Se expone que la motivación laboral está profundamente vinculada con la calidad comunicacional dentro de la empresa, siendo esta un factor clave en el fortalecimiento del compromiso institucional. A partir de una propuesta metodológica mixta, se plantea explorar cómo los trabajadores perciben los estilos comunicacionales vigentes y su impacto en dimensiones como la satisfacción, el reconocimiento y la participación.

El texto también incorpora reflexiones sobre ética corporativa, reputación institucional, liderazgo comunicacional y transformación cultural, integrando autores relevantes en la materia como Chiavenato, Drucker, Robbins, Freeman y

Guédez. Se concluye que una estrategia comunicacional centrada en los principios de la RSE puede convertirse en motor de desarrollo humano y organizacional, capaz de generar bienestar, cohesión y legitimidad institucional.

Abstract

This essay critically analyzes the relationship between organizational communication, job motivation, and corporate social responsibility (CSR) within the institutional context of the Venezuelan Petroleum Corporation (CVP) Northern Belt. Through the theoretical framework of Sandra Orjuela Córdoba, particularly her work **Communication in the Management of Corporate Social Responsibility**, it examines how ethical, strategic, and bidirectional internal communication can significantly influence employee performance. The paper argues that organizational communication not only transmits operational information but also builds identity, reinforces a sense of belonging, and shapes the organizational climate.

It demonstrates that job motivation is deeply linked to the quality of communication within the company, making it a key factor in strengthening institutional commitment. Using a mixed-methods approach, the essay explores how employees perceive current communication styles and their impact on dimensions such as satisfaction, recognition, and participation.

The text also incorporates reflections on corporate ethics, institutional reputation, communication leadership, and cultural transformation, integrating relevant authors in the field such as Chiavenato, Drucker, Robbins, Freeman, and Guédez. It concludes that a communication strategy centered on CSR principles can become an engine of human and organizational development, capable of generating well-being, cohesion, and institutional legitimacy.

Introducción

En el contexto organizacional contemporáneo, la comunicación ha dejado de ser una simple herramienta funcional para convertirse en un eje estratégico que atraviesa las dinámicas institucionales, las relaciones laborales y la proyección ética de las empresas hacia la sociedad. Esta transformación cobra especial relevancia en entornos corporativos complejos, como el de la Corporación Venezolana del Petróleo (CVP) Faja Norte, donde la gestión de la comunicación no solo condiciona el clima interno, sino que también incide directamente en la motivación laboral, el desempeño institucional y el cumplimiento de los principios de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Durante las últimas décadas, la literatura académica ha evidenciado que la comunicación organizacional, entendida como un proceso consciente, planificado y bidireccional, constituye uno de los factores más influyentes en la construcción del sentido de pertenencia y en la consolidación de una cultura institucional basada en el

reconocimiento y la participación (Robbins, 2020; Chiavenato, 2019). En este sentido, los trabajadores no son meros receptores de información, sino actores fundamentales en la generación de valor organizacional. La forma en que se comunican los objetivos estratégicos, las políticas internas y las acciones sociales define el grado de implicación emocional y profesional de los colaboradores.

En Venezuela, las empresas públicas enfrentan retos adicionales derivados del contexto sociopolítico, económico y comunicacional. La CVP Faja Norte, como parte estratégica de la industria petrolera nacional, se encuentra en una posición singular para analizar cómo la comunicación interna puede convertirse en motor de resiliencia, cohesión y motivación laboral. Esta investigación propone una mirada crítica y propositiva sobre el papel de la comunicación en la gestión institucional, partiendo del reconocimiento de la empresa como constructora social y promotora de ciudadanía, tal como lo plantea Orjuela Córdoba (2011), quien sostiene que “no puede haber

responsabilidad social empresarial sin comunicación responsable y comprometida”.

La motivación laboral, por su parte, representa un fenómeno multidimensional que integra aspectos emocionales, cognitivos y sociales. Desde la psicología organizacional y las ciencias de la comunicación, se ha argumentado que la calidad del entorno comunicacional influye de manera directa en el bienestar, el rendimiento y la permanencia del personal (Chiavenato, 2019; Drucker, 1997). Así, las prácticas comunicativas que promueven la transparencia, la participación y el reconocimiento no solo contribuyen al logro de metas institucionales, sino que también refuerzan la identidad profesional y el sentido de propósito entre los trabajadores.

Esta investigación se enmarca dentro de una tesis doctoral que explora la vinculación entre comunicación organizacional, motivación laboral y responsabilidad social en la CVP Faja Norte, con el objetivo de generar propuestas comunicacionales que respondan a las necesidades reales

de los trabajadores y fomenten un desempeño alineado con los valores institucionales. Para ello, se utilizará como referencia teórica el texto “La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial” de Sandra Orjuela Córdoba, que plantea una visión integral y ética de la comunicación empresarial, centrada en la construcción de relaciones sostenibles con los públicos de interés.

En este ensayo, se desarrollarán diversos ejes temáticos que permitirán comprender cómo la comunicación puede contribuir al fortalecimiento del capital social organizacional, a la gestión de la reputación institucional y a la promoción de un ambiente laboral saludable. Asimismo, se analizará el papel de los trabajadores como stakeholders internos, cuyas motivaciones y expectativas deben ser consideradas en el diseño de cualquier estrategia comunicacional. El propósito final es ofrecer una visión transformadora de la comunicación organizacional, capaz de generar impactos positivos tanto dentro como fuera de la institución.

La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la comunicación

La RSE ha evolucionado desde prácticas filantrópicas hacia una visión integral que reconoce a la empresa como agente social. Orjuela Córdoba (2011: 138) sostiene que “la empresa comunica tanto al hacer como al no hacer; al hablar y al callar”, lo que implica que cada acción comunicativa —o su ausencia— tiene implicaciones éticas y sociales. Esta afirmación subraya el papel de la comunicación como vehículo de valores institucionales, transparencia y relacionamiento con los públicos de interés.

En este marco, la comunicación no puede ser entendida como un proceso aislado, sino como una práctica transversal que alimenta y proyecta la RSE. La autora plantea que “no hay RSE sin comunicación y la comunicación en el siglo que corre debe estar marcada por la responsabilidad” (Orjuela Córdoba, 2011: 139). Esta perspectiva se alinea con la necesidad de construir

una cultura organizacional basada en la escucha activa, el reconocimiento y la participación, elementos que inciden directamente en la motivación laboral.

La identidad corporativa se construye a través de la coherencia entre el discurso institucional y las acciones concretas. Orjuela Córdoba (2011: 145) afirma que “la empresa comunica con sus marcas, productos, servicios y también con su comportamiento legal, fiscal y financiero”. Esta visión integral implica que los trabajadores perciben la autenticidad de la organización a través de sus prácticas comunicativas.

En la CVP Faja Norte, la identidad corporativa se proyecta mediante campañas internas, reconocimientos laborales y actividades de integración. Sin embargo, para que estas acciones tengan un impacto real en la motivación, deben estar alineadas con una estrategia comunicacional que promueva la participación activa de los trabajadores en la construcción de esa identidad. La comunicación estratégica debe ser concebida como

una herramienta de construcción colectiva, donde los trabajadores no solo sean receptores, sino también emisores activos.

Motivación laboral y comunicación organizacional: una relación simbiótica

La motivación laboral y la comunicación organizacional conforman una relación simbiótica que determina, en gran medida, el desempeño, la satisfacción y el compromiso de los trabajadores dentro de cualquier institución. En el caso de la CVP Faja Norte, esta interdependencia se manifiesta en la forma en que los mensajes institucionales, los canales de comunicación y los estilos de liderazgo impactan directamente en el clima laboral y en la percepción que los colaboradores tienen de su rol dentro de la organización.

Desde la perspectiva de Robbins (2020), la motivación laboral puede definirse como “los procesos que explican la intensidad, dirección y persistencia del esfuerzo de un individuo por alcanzar una meta”.

Esta definición implica que la motivación no es un estado estático, sino una dinámica influenciada por múltiples factores, entre ellos la calidad de la comunicación interna. Cuando los trabajadores reciben información clara, oportuna y relevante, se sienten valorados, comprendidos y alineados con los objetivos institucionales, lo que incrementa su compromiso y productividad.

Por su parte, la comunicación organizacional, entendida como el conjunto de procesos mediante los cuales se transmite información, se construyen significados y se generan vínculos dentro de la empresa, constituye el vehículo principal para la gestión de la motivación. Según Chiavenato (2019), “el clima organizacional está determinado por la calidad de las relaciones humanas, la comunicación y el liderazgo”, lo que refuerza la idea de que una comunicación deficiente puede generar desmotivación, conflictos y baja productividad.

En este sentido, la relación entre comunicación y motivación es bidireccional: una comunicación

efectiva motiva, y una fuerza laboral motivada comunica mejor. Esta reciprocidad se evidencia en la capacidad de los trabajadores para expresar sus ideas, participar en procesos decisionales y construir relaciones basadas en la confianza. Cuando la comunicación es vertical, unidireccional y centrada en el control, se limita la autonomía y se reduce el sentido de pertenencia. En cambio, una comunicación horizontal, participativa y empática fortalece el vínculo emocional entre el trabajador y la organización.

La CVP Faja Norte, como empresa pública estratégica, enfrenta el reto de consolidar una cultura comunicacional que promueva la motivación desde la escucha activa, el reconocimiento y la transparencia. En este contexto, la obra de Sandra Orjuela Córdoba (2011) resulta especialmente pertinente, al afirmar que “la empresa comunica con sus mensajes planificados, pero también con sus comportamientos, sus relaciones y sus silencios”. Esta afirmación invita a reflexionar sobre la importancia de los mensajes

implícitos en la gestión institucional, y cómo estos pueden influir positiva o negativamente en la motivación de los trabajadores.

Además, estudios recientes como el de Zelada Saavedra (2024) han demostrado que existe una correlación significativa entre la comunicación organizacional y la motivación laboral, especialmente en dimensiones como la realización personal, las relaciones interpersonales y la estabilidad emocional. En su investigación, se encontró que la comunicación ascendente, descendente y horizontal impacta directamente en la percepción que los colaboradores tienen de su entorno laboral, lo que refuerza la necesidad de diseñar estrategias comunicacionales integrales y adaptadas a las realidades de cada organización.

Otro aspecto relevante es el papel del liderazgo comunicacional en la gestión de la motivación. Los líderes que practican una comunicación asertiva, empática y orientada al desarrollo humano generan entornos laborales más saludables y productivos. Según Blanchard (2007),

“en ausencia de una comunicación clara y fundada en hechos, los individuos tienden a formar su propia información sobre el cambio, y los rumores se convierten en hechos”. Esta afirmación cobra especial relevancia en contextos de transformación institucional, donde la incertidumbre puede generar ansiedad y desmotivación si no se gestiona adecuadamente desde la comunicación.

En la CVP Faja Norte, la implementación de estrategias comunicacionales que reconozcan las necesidades emocionales, cognitivas y sociales de los trabajadores puede convertirse en un factor clave para mejorar el desempeño y consolidar una cultura organizacional basada en el respeto, la participación y la corresponsabilidad. Esto implica no solo mejorar los canales formales de comunicación, sino también fomentar espacios informales de diálogo, retroalimentación y construcción colectiva de sentido.

Finalmente, es importante destacar que la motivación laboral no puede ser concebida como una meta aislada, sino como el resultado de un

ecosistema comunicacional que promueve la equidad, la inclusión y el reconocimiento. La comunicación organizacional, cuando se gestiona con ética y estrategia, se convierte en el principal catalizador de la motivación, y por ende, del éxito institucional.

La ética comunicacional como fundamento de la motivación

En el entramado organizacional contemporáneo, especialmente en estructuras complejas como la Corporación Venezolana del Petróleo (CVP) Faja Norte, la ética comunicacional no puede ser concebida como un elemento periférico o decorativo. Al contrario, constituye el eje axial sobre el cual se articula la legitimidad institucional, la eficacia del liderazgo y, fundamentalmente, la motivación laboral. Desde esta óptica, la motivación no es un simple reflejo de estímulos económicos o reconocimiento formal, sino una construcción simbólica, dinámica y relacional que se nutre de los códigos éticos que orientan la interacción

discursiva entre los miembros de la organización.

Como plantea Cortina (2006), “una organización ética no es aquella que simplemente cumple la ley, sino aquella que cultiva deliberadamente los valores de justicia, respeto y responsabilidad en sus formas de comunicarse y de tomar decisiones” (p. 122). Esta afirmación no solo desafía los enfoques reduccionistas centrados en la productividad o el cumplimiento normativo, sino que posiciona la ética comunicacional como un dispositivo generador de sentido, capaz de activar procesos motivacionales basados en el reconocimiento, la transparencia y la coherencia discursiva. En organizaciones del sector energético, donde los riesgos operativos, las tensiones geopolíticas y las presiones económicas suelen invadir la narrativa institucional, mantener una comunicación ética se convierte en un acto de resistencia simbólica, orientado a preservar la dignidad profesional y la autonomía moral de los trabajadores.

De acuerdo con el modelo de comunicación organizacional ética

propuesto por Orjuela Córdoba (2022), es fundamental incorporar el principio de ****diálogo simétrico****, en el cual las voces de los actores internos son escuchadas, validadas y tomadas en cuenta en los procesos decisionales. Este enfoque se distancia de las estructuras verticales y autoritarias, promoviendo espacios de interlocución crítica que permiten a los sujetos expresar sus inquietudes, necesidades y aspiraciones sin temor a represalias ni distorsiones. En este sentido, la motivación laboral deja de depender exclusivamente de los incentivos extrínsecos para abrirse a una dimensión moral y emocional, profundamente enraizada en la forma en que se comunican los valores, se construye la identidad institucional y se visibiliza el aporte de cada persona.

Además, diversos estudios en psicología organizacional señalan que la percepción de justicia comunicacional —entendida como la congruencia entre lo que la organización dice, hace y permite expresar— incide directamente en el nivel de compromiso, la retención de talento y la disposición a colaborar.

Por tanto, cuando la comunicación interna se articula desde criterios éticos —como la veracidad, la reciprocidad, el respeto a la diversidad y la rendición de cuentas— se crea un clima laboral propicio para la motivación endógena, es decir, aquella que nace del sentido de propósito, la conexión con los valores compartidos y la autorealización profesional. En contextos de alta exigencia técnica como el de la CVP Faja Norte, esto adquiere una relevancia estratégica, pues permite sostener el desempeño en condiciones de incertidumbre, presión operativa o transformación institucional.

Por otro lado, la ética comunicacional contribuye a consolidar la cultura organizacional, entendida no como un repertorio de normas, sino como una trama de significados compartidos. Esta cultura, cuando es orientada éticamente, facilita el reconocimiento mutuo, la gestión emocional de los equipos de trabajo, la resolución dialógica de conflictos y la internalización de los objetivos organizacionales. De este modo, el lenguaje organizacional deja de ser

un mecanismo de control o adoctrinamiento, para convertirse en una plataforma de construcción conjunta, donde la motivación encuentra su sostén en la confianza, el respeto y la posibilidad de transformar realidades mediante la palabra.

En última instancia, la ética comunicacional puede ser interpretada como una forma de liderazgo simbólico. Quienes lideran procesos comunicacionales desde una perspectiva ética no solo transmiten información, sino que modelan comportamientos, inspiran coherencia y generan espacios de encuentro que motivan por convicción, no por obligación. En este marco, el trabajador no es visto como recurso funcional, sino como sujeto histórico, capaz de aportar desde su experiencia, su saber situado y su dimensión afectiva. Así, la motivación se convierte en una consecuencia natural de una comunicación que dignifica, escucha y transforma.

La comunicación organizacional en contextos de crisis

En tiempos de crisis, la comunicación organizacional adquiere un papel aún más relevante. La incertidumbre genera ansiedad y desmotivación, por lo que es fundamental que las organizaciones implementen estrategias comunicacionales que transmitan confianza, claridad y empatía. Robbins (2020: 147) afirma que “la comunicación efectiva en contextos de crisis fortalece el liderazgo y la cohesión interna”.

La CVP Faja Norte, como empresa pública, enfrenta desafíos estructurales y sociales que requieren una gestión comunicacional sensible y estratégica. La RSE, entendida como compromiso con el entorno y con los trabajadores, debe ser comunicada de manera transparente y coherente para fortalecer la legitimidad institucional.

La comunicación organizacional no solo tiene un impacto interno, sino que también influye en la percepción externa de la institución. Villafañe (2004) sostiene que “la gestión profesional de la imagen corporativa es clave para la reputación institucional”. En este sentido, la CVP Faja Norte debe proyectar una

imagen coherente con sus valores y prácticas internas, fortaleciendo su posicionamiento como empresa socialmente responsable.

Orjuela Córdoba (2011: 144) plantea que “la empresa comunica con sus mensajes planificados, a través de sus marcas, productos y servicios; con su comportamiento legal, fiscal y financiero; con su relación con los proveedores; con la comunidad, a través de los empleados y sus familias”. Esta visión integral refuerza la idea de que la comunicación organizacional es una práctica estratégica que genera valor institucional.

La teoría de los stakeholders y su implicación comunicacional

Edward Freeman introdujo en los años noventa la teoría de los stakeholders, revolucionando la forma en que las organizaciones comprenden su entorno. Según Freeman (1999), “los grupos de interés no son solo receptores pasivos de las acciones empresariales, sino actores activos que influyen en la legitimidad y

sostenibilidad de la organización”. Esta visión implica que la comunicación organizacional debe estar orientada a construir relaciones sólidas y transparentes con todos los públicos relevantes.

Orjuela Córdoba (2011: 141) retoma esta perspectiva al afirmar que “la empresa comunica con sus mensajes planificados, a través de sus marcas, productos y servicios; con su comportamiento legal, fiscal y financiero; con su relación con los proveedores; con la comunidad, a través de los empleados y sus familias”. En este sentido, los trabajadores de la CVP Faja Norte no solo son colaboradores, sino también stakeholders internos cuya motivación depende en gran medida de la calidad del relacionamiento comunicacional.

La reputación corporativa es uno de los activos intangibles más valiosos de una organización. Villafañe (2004) sostiene que “la gestión profesional de la imagen corporativa es clave para la reputación institucional”. Esta afirmación cobra especial relevancia en el contexto de empresas públicas, donde la percepción ciudadana está

estrechamente vinculada con la transparencia, la ética y la responsabilidad social.

La comunicación estratégica permite proyectar una imagen coherente con los valores institucionales, fortaleciendo la confianza tanto interna como externa. En la CVP Faja Norte, una gestión comunicacional alineada con los principios de la RSE puede contribuir a consolidar una reputación favorable, lo cual repercute positivamente en la motivación de los trabajadores al sentirse parte de una organización legítima y valorada.

La comunicación interna como promotora del capital social

El capital social organizacional se refiere a los vínculos de confianza, reciprocidad y colaboración que existen entre los miembros de una institución. Según Guédez (2008), “la empresa socialmente responsable es aquella que contribuye al desarrollo del capital social, promoviendo relaciones basadas en la ética y el respeto”. La comunicación interna

juega un papel fundamental en la construcción de este capital, al facilitar el diálogo, la participación y el reconocimiento.

En la CVP Faja Norte, el fortalecimiento del capital social requiere una comunicación que trascienda lo informativo y se convierta en una práctica relacional. Esto implica generar espacios de encuentro, promover la escucha activa y fomentar la corresponsabilidad en la toma de decisiones. Cuando los trabajadores perciben que su voz es valorada, se incrementa su sentido de pertenencia y su motivación laboral.

Toda transformación institucional requiere una estrategia comunicacional que acompañe el proceso de cambio. Marín (2008) plantea que “la comunicación para el cambio debe ser planificada, participativa y orientada a la construcción de sentido”. En el caso de la CVP Faja Norte, los desafíos estructurales y operativos demandan una comunicación que no solo informe, sino que movilice, inspire y genere compromiso.

La resistencia al cambio suele estar asociada a la incertidumbre y al temor. Por ello, una comunicación clara, empática y transparente puede reducir la ansiedad y facilitar la adaptación. Orjuela Córdoba (2011: 143) señala que “la empresa contemporánea no puede seguir trabajando solo por un rendimiento económico”, lo que implica que el cambio organizacional debe estar orientado al bienestar integral de los trabajadores y al desarrollo sostenible.

La comunicación organizacional en el contexto venezolano

El entorno sociopolítico y económico de Venezuela plantea retos particulares para la gestión comunicacional en las organizaciones públicas. La escasez de recursos, la polarización política y la desconfianza institucional afectan la percepción de los trabajadores y su motivación. En este contexto, la comunicación organizacional debe asumir un rol activo en la construcción de esperanza, cohesión y resiliencia.

Autores como Méndez (2004) destacan que “la responsabilidad social empresarial en Venezuela debe ser entendida como una práctica ética que contribuye al desarrollo del país”. Esta visión implica que la CVP Faja Norte, como empresa estatal, tiene el deber de comunicar sus acciones de manera transparente, involucrar a sus trabajadores en la toma de decisiones y proyectar una imagen coherente con los valores republicanos.

La comunicación no solo transmite información, sino que también educa, forma y transforma. Drucker (1997) afirma que “la empresa influye sobre la cultura de las personas y de la sociedad a través de la comunicación”. En este sentido, la CVP Faja Norte puede utilizar la comunicación organizacional como herramienta pedagógica para promover valores como la responsabilidad, la solidaridad y el compromiso institucional.

La formación comunicacional de los líderes y trabajadores es clave para consolidar una cultura organizacional basada en el respeto y la participación. Orjuela Córdoba (2011:

146) sostiene que “la empresa debe tener conciencia de su alta responsabilidad como constructor social”, lo que implica que cada mensaje, cada interacción y cada práctica comunicativa debe estar orientada a la construcción de ciudadanía corporativa.

El bienestar laboral no se limita a condiciones físicas o económicas, sino que incluye aspectos emocionales, relacionales y simbólicos. La comunicación organizacional, cuando es ética, participativa y estratégica, contribuye a generar un entorno laboral saludable. Según Chiavenato (2019), “el clima organizacional está determinado por la calidad de las relaciones humanas, la comunicación y el liderazgo”.

En la CVP Faja Norte, el fortalecimiento del bienestar laboral requiere una comunicación que promueva el reconocimiento, la equidad y la inclusión. Esto implica revisar los canales, los estilos y los contenidos comunicacionales, para garantizar que respondan a las necesidades reales de los

trabajadores y contribuyan a su desarrollo integral.

Conclusión

La presente investigación ha permitido evidenciar que la comunicación organizacional no es un elemento accesorio dentro de la dinámica institucional, sino un componente estructural que incide directamente en la motivación laboral, el desempeño profesional y la proyección ética de la empresa ante sus públicos de interés. En el caso de la CVP Faja Norte, esta afirmación adquiere especial relevancia, dado que se trata de una organización pública estratégica, inserta en un entorno complejo y desafiante, donde la gestión comunicacional puede convertirse en un motor de transformación institucional.

Desde una perspectiva crítica, se ha demostrado que la comunicación interna, cuando es planificada, ética y participativa, contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia, la identidad corporativa y el compromiso de los trabajadores. La obra de Sandra Orjuela Córdoba ha sido clave para

comprender que no puede haber responsabilidad social empresarial sin comunicación responsable, y que esta debe estar orientada al relacionamiento genuino con los stakeholders, incluyendo a los colaboradores como actores fundamentales del proceso organizacional.

Asimismo, se ha evidenciado que la motivación laboral no depende exclusivamente de incentivos económicos o condiciones materiales, sino que está profundamente vinculada con el reconocimiento simbólico, la participación en la toma de decisiones y la percepción de justicia comunicacional. En este sentido, la CVP Faja Norte tiene la oportunidad de consolidar una cultura organizacional basada en el respeto, la transparencia y la corresponsabilidad, mediante el diseño de estrategias comunicacionales que respondan a las necesidades reales de sus trabajadores.

La comunicación organizacional, entendida como práctica pedagógica, también puede contribuir a la formación de ciudadanía corporativa,

promoviendo valores como la solidaridad, la ética y el compromiso institucional. Tal como lo plantea Drucker (1997), la empresa influye sobre la cultura de la sociedad a través de sus mensajes, comportamientos y relaciones. Por ello, cada acción comunicacional debe ser concebida como una oportunidad para educar, inspirar y transformar.

En el contexto venezolano, marcado por la incertidumbre, la polarización y la desconfianza institucional, la comunicación organizacional adquiere un rol aún más relevante. La CVP Faja Norte, como empresa estatal, tiene el deber de comunicar con responsabilidad, proyectar una imagen coherente con los valores republicanos y generar espacios de diálogo que fortalezcan la cohesión interna. La gestión de la reputación institucional, en este sentido, no puede desligarse de la calidad del relacionamiento comunicacional con los trabajadores y con la sociedad.

Además, se ha planteado que la comunicación estratégica puede ser utilizada como herramienta para la gestión del cambio organizacional,

facilitando la adaptación, reduciendo la resistencia y generando compromiso. En este proceso, es fundamental que los líderes institucionales asuman un rol comunicador, capaz de movilizar voluntades, construir sentido y generar confianza.

Desde el enfoque de la teoría de los stakeholders, se reafirma que los trabajadores son públicos de interés prioritarios, cuya satisfacción, motivación y bienestar deben ser considerados en toda estrategia comunicacional. La empresa no puede limitarse a emitir mensajes unidireccionales, sino que debe construir relaciones basadas en la escucha activa, el reconocimiento mutuo y la participación.

Finalmente, esta investigación doctoral propone que la CVP Faja Norte adopte un modelo comunicacional transformador, que integre los principios de la RSE, la ética institucional y la motivación laboral como pilares de su gestión. Para ello, se recomienda:

- Diseñar políticas comunicacionales que promuevan la transparencia, la equidad y la inclusión.

- Fortalecer los canales internos de comunicación, garantizando su accesibilidad y pertinencia.
- Capacitar a los líderes en competencias comunicacionales, orientadas al diálogo y la gestión emocional.
- Incorporar a los trabajadores en la planificación comunicacional, reconociendo sus saberes y experiencias.
- Evaluar periódicamente el impacto de la comunicación en el clima organizacional y en el desempeño laboral.

En conclusión, la comunicación organizacional no solo informa, sino que transforma. Es una herramienta estratégica que, cuando se gestiona con responsabilidad, puede generar impactos positivos en la motivación de los trabajadores, en la reputación institucional y en el desarrollo sostenible de la organización. La CVP Faja Norte tiene ante sí el reto y la oportunidad de consolidar una cultura comunicacional que sea coherente con sus valores, sus objetivos y su compromiso con el país.

Notas

1. Todas las citas fueron extraídas de fuentes académicas publicadas y debidamente referenciadas.
2. Este ensayo se basa en el análisis teórico y conceptual, sin incluir datos empíricos aún no recolectados.
3. Las ideas desarrolladas se vinculan directamente con la investigación doctoral en curso sobre motivación y comunicación organizacional en la CVP Faja Norte.

Glosario de términos clave del ensayo:

Comunicación organizacional: proceso estratégico y estructural mediante el cual una institución gestiona la circulación de información, la construcción de sentido y la cohesión interna.

Motivación laboral: fuerza psicológica que impulsa la acción del individuo en contextos de trabajo, influida por factores comunicacionales, culturales y de reconocimiento institucional.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE): enfoque ético de gestión que implica el compromiso de la organización con sus grupos de interés, el desarrollo sostenible y la transparencia.

Desempeño institucional: medida del grado de cumplimiento de los objetivos organizacionales, considerando la efectividad, la eficiencia y el impacto interno de sus políticas.

Liderazgo comunicacional: capacidad de influir desde la comunicación asertiva, coherente y participativa, promoviendo climas laborales saludables y productivos.

Clima organizacional: percepción colectiva del ambiente de trabajo, determinada por el estilo de liderazgo, las relaciones interpersonales y la calidad de la comunicación.

Identidad corporativa: conjunto de valores, símbolos y discursos que definen la personalidad institucional y su proyección interna y externa.

Cultura organizacional: sistema compartido de creencias, prácticas y significados que orienta el comportamiento de los miembros dentro de la organización.

Estilos comunicacionales: modalidades o formas en que se ejerce la comunicación en el entorno laboral, desde verticales jerárquicos hasta horizontales dialógicos.

Participación laboral: nivel de involucramiento activo de los trabajadores en la toma de decisiones y en los procesos de comunicación interna.

Reconocimiento institucional: práctica mediante la cual se valoran públicamente los aportes de los trabajadores, fortaleciendo la motivación y la identidad organizacional.

Satisfacción laboral: estado emocional derivado de la congruencia entre las expectativas del trabajador y las condiciones reales del entorno de trabajo.

Gestión de reputación: construcción deliberada de una imagen institucional confiable, ética y profesional ante sus públicos internos y externos.

Comunicación interna estratégica: planificación y ejecución consciente de los flujos comunicacionales dentro de la organización con fines de cohesión y alineamiento.

Teoría de los sistemas abiertos: perspectiva que concibe a la organización como una estructura interdependiente que interactúa con su entorno sociopolítico.

Bidireccionalidad comunicativa: principio según el cual la comunicación interna debe permitir retroalimentación efectiva entre emisor y receptor, promoviendo diálogo horizontal.

Transformación cultural organizacional: proceso de cambio intencional en las prácticas, valores y símbolos institucionales para adaptarse a nuevos paradigmas de gestión.

Innovación institucional: capacidad para introducir nuevas formas de pensar, comunicar y operar, articuladas a la mejora continua y al aprendizaje organizacional.

Referencias bibliográficas

- Chiavenato, I. (2019). Gestión del talento humano. McGraw Hill, Ciudad de México, México.
- Drucker, P. (1997). La organización basada en la información. Editorial Norma, Bogotá, Colombia.
- Freeman, E. (1999). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing, Boston, EE.UU.
- Guédez, V. (2008). Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial. Editorial Planeta, Caracas, Venezuela.
- Marín, F. (2008). Responsabilidad Social Corporativa y Comunicación. Editorial Fragua, Madrid, España.
- Méndez, C. (2004). Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el siglo XX. Strategos Consultores, Caracas, Venezuela.

- Orjuela Córdoba, S. (2011). La Comunicación en la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. **Correspondencias & Análisis**, 1, 137–156. Universidad Monteávila, Venezuela.
- Robbins, S. P. (2020). Comportamiento organizacional. Pearson Educación, Bogotá, Colombia.
- Villafañe, J. (2004). La gestión profesional de la imagen corporativa. Editorial Pirámide, Madrid, España.

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA VIOLENCIA ESCOLAR DESDE LA CONVIVENCIA EN LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES.

AUTOR:

RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, ANA ELISABET

Resumen

El artículo busca analizar cómo las redes sociales, como nuevas formas de comunicación, inciden en la violencia escolar. El estudio se enfoca específicamente en las experiencias observadas durante las Prácticas Profesionales en instituciones educativas de la parroquia San Antonio de Coro, Estado Falcón (Venezuela). Se utilizó un enfoque metodológico descriptivo y un estudio de campo transaccional. La muestra incluyó a: tres (3) profesores del Departamento de Prácticas Profesionales de la UNEFM y noventa y tres (93) estudiantes de tres instituciones educativas diferentes. Se empleó la observación directa y entrevistas informales durante las visitas de asesoría académica. Los hallazgos y Riesgos Identificados resaltan que, aunque las redes sociales facilitan la comunicación global y el acceso a la información, su uso inadecuado ha generado "vidas paralelas" donde la interacción virtual difiere de la física. Se identificaron riesgos críticos: Ciberacoso (Cyberbullying): Difusión de insultos, fotos y amenazas que dañan la integridad del menor. Sexting y Happy Slapping: Envío de contenido sexual y la grabación/difusión de agresiones físicas reales para ganar notoriedad digital. Normalización de la violencia: Se observa una pérdida de valores donde los adolescentes normalizan comentarios agresivos y la creación de perfiles falsos para atacar a pares. Consecuencias psicológicas: Los estudiantes presentan ansiedad, depresión, alteraciones del sueño por uso excesivo y, en casos graves, deserción escolar o pensamientos suicidas. Como conclusiones y Recomendaciones se tiene que existe un doble filo tecnológico: Las redes sociales son herramientas didácticas valiosas para los docentes, pero requieren una supervisión constante.

Palabras clave: comunicación, redes sociales, escuela, violencia.

Abstract

This article seeks to analyze how social networks, as new forms of communication, influence school violence. The study focuses specifically on experiences observed during Professional Practices in educational institutions in the San Antonio de Coro parish, Falcón State (Venezuela). A descriptive methodological approach and a cross-sectional field study were used. The sample included three (3) professors from the Professional Practices Department of UNEFM and ninety-three (93) students from three different educational institutions. Direct observation and informal interviews were used during academic advising visits. The findings and identified risks highlight that, although social networks facilitate global communication and access to information, their inappropriate use has generated "parallel lives" where virtual interaction differs from physical interaction. Critical risks are identified: Cyberbullying: Dissemination of insults, photos, and threats that harm the integrity of the minor. Sexting and Happy Slapping: Sending sexual content and recording/disseminating real physical assaults to gain digital notoriety. Normalization of violence: A loss of values is observed, where adolescents normalize aggressive comments and the creation of fake profiles to attack peers. Psychological consequences: Students exhibit anxiety, depression, sleep disturbances due to excessive use, and, in severe cases, school dropout or suicidal thoughts. In conclusion and recommendations, technology presents a double-edged sword: Social networks are valuable educational tools for teachers, but they require constant supervision.

Keywords: communication, social networks, school, violence.

En la actualidad, las redes sociales han generado una transformación profunda y multifacética en la forma en la que los seres humanos se comunican, interactúan y construyen vínculos. Su implementación ha trascendido el ámbito de la tecnología para convertirse en un fenómeno sociocultural que influye directamente toda la sociedad, sin distinción de edad, género, nivel educativo o condici3na económica. Estas plataformas digitales, cada vez más diversas, se han consolidado como herramientas de gran alcance que pueden actuar como aliadas en la difusión de la información, promoción de la educación, y la comunicación entre las personas, o como agentes disruptivos que fomentan las desinformaciones, el acoso y la polarización social.

El acceso masivo y cotidiano a las redes sociales ha modificado las dinámicas tradicionales de interacción, desplazando la fisicidad a un segundo plano y posicionando la virtualidad como el nuevo escenario dominante de la vida social. En este entorno digital, la comunicación es

inmediata, global pero también muchas veces descontextualizada, donde la intencionalidad del usuario juega un papel determinante en el impacto de los contenidos que se generan y comparten.

En este orden de ideas, el presente artículo se lleva a cabo, con el objetivo de analizar la influencia de las redes sociales como forma de comunicación y su incidencia en la violencia escolar, desde la convivencia en las Prácticas Profesionales, se busca comprender entonces cómo este fenómeno digital está redefiniendo los espacios educativos y las relaciones entre los actores que los habitan, cambiando vertiginosamente la forma de comunicación.

Para la presentación de este estudio, se realiza un recorrido metodológico basado en la descripción, un estudio de campo transaccional, con una población de tres (3) profesores pertenecientes al Departamento de Prácticas profesionales de la UNEFM y noventa tres (93) estudiantes en tres instituciones educativas de la

parroquia San Antonio de Coro estado Falcón.

Es importante resaltar, que las plataformas digitales se han convertido en una necesidad en la vida cotidiana, educativa y laboral, generando un impacto significativo en la sociedad. Su influencia puede ser positiva, al facilitar la comunicación y el acceso a la información. En tal sentido, la comunicación puede ser síncrona o asíncrona, privada o masiva, transformado así la manera en que las personas interactúan, permitiendo conexiones sin importar la distancia o el tiempo, y eliminando barreras culturales, religiosas o ideológicas, conectando a las personas, sin que influya la distancia o el tiempo; la información compartida por medio de las plataformas digitales puede recorrer el mundo en cuestión de segundos. No obstante, la influencia de dichas plataformas también puede ser negativa, al propiciar conductas que afectan la convivencia social.

Hoy en día, la virtualidad y la digitalización representan a esta era digital. En este contexto, son los

jóvenes y adolescentes los protagonistas de esta era, quienes desde temprana edad han estado inmersos en la virtualidad, siendo expuestos a dispositivos electrónicos, lo que les ha permitido desarrollar habilidades comunicativas virtuales. Esta constante interconexión, ha generado una vida paralela en la que la personalidad y forma de interacción virtual difiere de la física, evidenciando una transformación en las formas de relacionarse de las personas.

En este orden de ideas, vale resaltar que el uso inadecuado de las redes sociales puede derivar en riesgos significativos. Según Merlo (2023), los adolescentes y jóvenes pueden perder su privacidad y exponerse a personas malintencionadas. Entre las consecuencias más graves se encuentran:

- Ciberacoso (Cyberbulling): acoso por parte de los compañeros con burlas, amenazas e insultos, así como la difusión de fotos o información que afecta la

autoestima, moralidad e integridad de una persona.

- Sexting: envío de contenido sexual o provocativo como fotos o videos
- Happy slapping: grabación y difusión de agresión física o verbal en redes sociales.
- Difusión de rumores y mentiras: Se utilizan las redes sociales para propagar información falsa o distorsionada sobre una persona con el objetivo de dañarla.

Asimismo, es importante destacar, que la ausencia de valores en el entorno escolar es un problema social presente en muchos países del mundo, incluyendo a Venezuela. Las instituciones educativas que deberían ser espacios de paz y formación, se han visto afectadas por conductas violentas que se hacen virales en redes sociales, así como también son reseñadas en noticieros y diferentes medios de información. Un ejemplo de ello fue reportado por un diario digital denominado Noticia al día, el hecho ocurrió el 27 de enero de 2025,

cuando se difundió en redes sociales un video de agresión entre estudiantes de bachillerato, en el municipio El Hatillo del estado Miranda, lo que llevó a la intervención del Ministerio Público.

Como puede evidenciarse, los adolescentes pueden ser tanto víctimas como victimarios, y las consecuencias emocionales y psicológicas son profundas:

- Manipulación y no reconocimiento del daño ocasionado.
- Ansiedad y depresión, lo cual es un sentimiento que conlleva a la desesperación y toma de decisiones erradas.
- Violencia verbal.
- Daños psicológicos y emocionales.
- Violencia física.
- Alteraciones del sueño, por el uso excesivo de dispositivos.

Es importante resaltar, que en las visitas realizadas por asesores externos de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda a

instituciones educativas del estado Falcón que a partir de observaciones directas y entrevistas informales, se ha evidenciado una comunicación poco asertiva, burlas entre pares, creación de perfiles falsos en redes sociales, grupos de WhatsApp con contenido ofensivo y sexual, así como grabación o publicación de acciones violentas. Estas prácticas reflejan una preocupante carencia de valores entre los adolescentes y jóvenes.

En relación a la problemática expuesta, se ha observado que los adolescentes comparten información personal en redes como TikTok, Facebook y WhatsApp, exponiéndose a peligros como el acoso sexual, lo que los hace vulnerables. De este modo, los comentarios agresivos y sexualizados se han normalizado, aunque socialmente se consideran inapropiados.

Evidentemente, las redes sociales permiten representan para los docentes una herramienta didáctica y al mismo tiempo el medio más acertado para conocer la conducta, pensamientos y expresiones de los escolares, sin embargo, se ha

destacado su mal uso dentro de las instituciones educativas causando vulnerabilidad, violencia, acoso, entre otras acciones que se esconden en la virtualidad. Desde una perspectiva más general, las escuelas, como espacios de aprendizaje y socialización, deben enfrentar el reto de promover la convivencia y el respeto en un entorno marcado por la diversidad emocional y conductual de sus estudiantes.

En tal sentido, estos espacios también son escenarios de conflictos interpersonales que se generan entre los estudiantes, en los diferentes niveles o etapas educativas, que dentro de la convivencia escolar pueden dar lugar a conductas que muestran ausencia de valores. Estas conductas, no solo se materializan en acciones cotidianas en los entornos escolares, sino que trascienden el espacio físico de las instituciones educativas, trasladándose a una vida virtual en la que las fronteras geográficas y temporales dejan de ser un límite.

Lo descrito anteriormente, ha sido observado frecuentemente durante

las visitas realizadas a diversas instituciones educativas durante el ejercicio del rol de asesor externo. En dichas visitas se evidenció entre los estudiantes el empleo de comentarios y videos con contenido ofensivo o destructivo hacia sus compañeros, así como manifestaciones de burla entre pares, entre otras formas de interacción que afectan negativamente la convivencia escolar.

Según la UNICEF (2023, p. 21) “cuando el acoso ocurre en línea, la víctima siente como si la estuvieran atacando en todas partes. Puede parecerle que no hay escapatoria posible. Las consecuencias pueden durar largo tiempo y afectar a la víctima de muchas maneras”. Esta afirmación refleja la gravedad del ciberacoso, especialmente entre jóvenes y adolescentes, quienes inevitablemente accedan a las redes sociales como parte de sus hábitos cotidianos. Ante esta realidad, es necesario que el personal escolar, en conjunto con los padres y representantes mantenga una supervisión constante sobre el uso que los estudiantes hacen de las

plataformas digitales. El fenómeno del acoso en línea, convertido en un problema social de creciente impacto, motiva el propósito de este artículo de orientado a analizar la Influencia de las redes sociales en la violencia escolar, desde la convivencia en las prácticas profesionales.

En este orden de ideas, la escuela, como institución formal de educación, debe integrarse de manera activa a los avances tecnológicos en materia de comunicación, incorporando el uso pedagógico de redes sociales y plataformas digitales. Esta integración debe propiciar el fortalecimiento de valores en los jóvenes y adolescentes, quienes se ven expuestos e influenciados a un constante bombardeo de contenidos carentes de valores y cargados de violencia, sexualidad y adicciones. Tales contenidos, aunque camuflados con temáticas aparentemente lúdicas, promueven conductas inadecuadas que afectan la formación integral de los estudiantes, que pueden verse en condiciones de riesgo emocional, psicológico y físico.

Lo mencionado con anterioridad, lleva la reflexión sobre los diferentes retos virales que han ocasionado daños físicos y hasta la muerte, los acosos sexuales a través de difusión de material pornográfico de un adolescente que termina desertando de la institución, comentarios entre pares que finalizan en riñas dentro de la institución.

Las instituciones educativas, específicamente que atienden a adolescentes y jóvenes enfrentan el impacto de diversas problemáticas sociales, como la ausencia de valores en el hogar, la disfuncionalidad familiar y la marginalidad. Estas situaciones generan acciones reflejadas en comportamientos que desconciertan a la sociedad, al romper con las representaciones tradicionales del valor social: la de la infancia como símbolo de inocencia, la escuela como espacio seguro y la sociedad como garante de paz en un régimen democrático (Puglisi, 2012, pág18).

Referencias bibliográficas

Merlo, E. (2023). Los jóvenes y las redes sociales. Documento en

línea. Chrome extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfindmkaj/https://latinamerica.hss.de/fileadmin/user_upload/Projects_HSS/Latin_America/Centroamerica/Audio_Video/youtube/2019/Manual_Red es_Sociales_vf.pdf

Noticiasaaaldia (2025) Fiscal Tarek William Saab, ordenó la detención de las dos menores de edad, responsables de la agresión física y verbal en contra de otra estudiante de bachillerato. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/DFV97ccP4Lk/>

Puglisi I. (2012) Las escuelas como escenarios en los que se producen y reproducen violencias contra niños, niñas y adolescentes. Editorial ILDIS. Caracas, Venezuela.

Unicef (2023), Ciberacoso: qué es y cómo detenerlo. Documento en línea. Disponible en: <https://www.unicef.org/e>

[s/end-](#)
[violence/ciberacoso-](#)
[que-es-y-como-](#)
[detenerlo](#)

**UNA MIRADA EVOLUTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS:
ANÁLISIS REFLEXIVO PARA EL DESARROLLO
ORGANIZACIONAL**

**AUTORA:
POLANCO, OLISARITH**

Resumen

Las civilizaciones antiguas como la egipcia, la griega, la romana y la babilónica hicieron uso de la persuasión, durante sus acontecimientos públicos y discursos, precedentes que asentaron las bases de las relaciones públicas, hasta su reconocimiento como profesión, en el año 1923, cuando se publica el primer libro de la disciplina “Cristalizando la Opinión Pública” de Edward L. Bernays, conocido como el padre de las relaciones públicas modernas, al ser él el primero en definirlas y dotarlas de contenidos técnicos, teóricos y prácticos.

La segunda mitad del siglo XX se considera la era de desarrollo profesional de las relaciones públicas. Se establecieron asociaciones comerciales, revistas de noticias de relaciones públicas, agencias internacionales de relaciones públicas y los principios académicos para la profesión. Barquero (2005:187) argumenta que “Las Relaciones públicas, para su conocimiento científico, se basan en las ciencias económicas, sociales y políticas, convirtiéndose en el arte de saber combinar estas ciencias, en función de la intención comunicativa, utilizando técnicas de comunicación como el marketing, la publicidad, la promoción y el networking”.

Palabras Clave: Relaciones Públicas, Comunicación, Desarrollo; Organizacional, Imagen.

Abstract

Ancient civilizations such as the Egyptian, Greek, Roman, and Babylonian made use of persuasion during their public events and speeches, precedents that laid the foundations of public relations, until its recognition as a profession in the year 1923, when the first book of the discipline, "Crystallizing Public Opinion" by Edward L. Bernays, known as the father of modern public relations, was published, as he was the first to define them and provide them with technical, theoretical, and practical content.

The second half of the 20th century is considered the era of professional development in public relations. Trade associations, public relations news magazines, international public relations agencies, and the academic principles for the profession were established. Barquero (2005:187) argues that 'Public relations, for its scientific knowledge, are based on economic, social, and political sciences, becoming the art of knowing how to combine these sciences according to the communicative intention, using communication techniques such as marketing, advertising, promotion, and networking.'

Keywords: Public Relations, Communication, Organizational Development, Image.

Introducción

Las relaciones públicas se constituyen de una serie de acciones planeadas con apoyo de la investigación en la comunicación sistemática y en la participación programada, para elevar el nivel de entendimiento, solidaridad y colaboración entre una entidad pública o privada y los grupos sociales a ella vinculados, en un proceso de integración de intereses legítimos, para promover su desarrollo recíproco y el de la comunidad a la que pertenece” (Barquero, 2001, p. 257).

Para Bernays (1990:97) “Las relaciones públicas es un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un individuo, un grupo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende. Un consultor de relaciones públicas es un experto que asesora sobre las relaciones con estos públicos e intenta definir los objetivos socialmente y descubrir por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y los públicos de los que depende. En primer lugar, aconseja a la

organización a modificar sus formas de comportamiento y sus actitudes, para que concuerden con las demandas de los diferentes públicos, de forma que pueda alcanzar las metas establecidas. Puesto que vivimos en una sociedad competitiva, las relaciones públicas intentan persuadir a estos públicos para crear una opinión favorable.”.

Asimismo, la definición de Sam Black (1994:56-57) al respecto especifica que “Las Relaciones Públicas, como su nombre lo indica, tratan del modo en que la conducta y las actitudes de los individuos, organizaciones y gobiernos inciden unos sobre otros ... La esencia de las Relaciones Públicas es la misma tanto si se utilizan en el campo de la política, como en el de los negocios, el comercio, las relaciones comunitarias, la beneficencia, la recogida de fondos o en otras muchas situaciones distintas que tienen, cada una de ellas, sus necesidades específicas” por lo que continúa añadiendo que “los métodos utilizados en cada una de esas circunstancias variarán considerablemente”.

Podríamos continuar analizando las muchas definiciones existentes, no obstante, detallaremos cuáles son los conceptos clave y denominadores comunes de todos estos enunciados. De manera que cada uno pueda ofrecer su propia explicación de lo que son las relaciones públicas, gracias a la comprensión real de dicha profesión.

En primer lugar, debemos destacar que es una función directiva puesto que tal y como afirman Wilcox, Cameron y Warren, su actividad logra un mayor éxito al formar parte indivisa del transcurso de cualquier disposición de la alta dirección. Resulta más efectivo que las relaciones públicas asesoren y solventen inconvenientes antes de aprobar cualquier iniciativa. Carlos María Tomás (Comunicación personal, 12 de diciembre de 2007) afirma que “Las relaciones públicas deben estar centradas en la dirección general de cualquier organización, lo más cerca posible de la Dirección. El Presidente debe ser el nº 1 de la disciplina” igualmente advierte que “la imagen que proyectamos debe ir unida a su propia realidad; es decir,

no pueden existir políticas diferentes entre qué somos y qué confianza merecemos”.

Asimismo, continuando con la apreciación de Wilcox, Cameron y Xifra (2006) la actividad de esta profesión es programada y determinada, puesto que pretende persuadir a la opinión pública y, para ello, debe analizar, estudiar y solucionar el problema, y detallar el método y técnicas necesarios para lograr los objetivos establecidos.

Es necesario aclarar que por persuadir o persuasión entendemos el intento de cambiar o alterar el comportamiento o la actitud de cualquier persona. En definitiva, las relaciones públicas, establecen planes para la generar confianza y comprensión, alcanzando el nexo de unión entre el interés público y privado; manteniendo relaciones sólidas de comunicación, aceptación mutua, ajustando intereses y necesidades, resolviendo conflictos y produciendo consenso.

Todo ello, gracias a una Comunicación Bidireccional, basada en la retroalimentación (feedback), mediante la divulgación y recogida de

una realidad objetiva (2001:246). De manera que las relaciones públicas son la actividad de combinar distintas ciencias y técnicas, así como el método de dirigir las relaciones entre una organización y su público para cimentar, gestionar y salvaguardar una relación que genere credibilidad y confianza. Es una disciplina científica, programada y determinada estratégicamente, mediante una comunicación bidireccional; dado que no solo se dirige a su público –interno o externo–, sino que también atiende sus necesidades, para lograr el denominador común entre el interés público y el privado, en base a la mutua comprensión.

Las relaciones públicas, conocidas también como La Industria de la Persuasión, tal y como la definen Pearson y Turner (1968), continúa trabajando bajo los tres ejes que definió Bernays (1923:35), como las bases de las relaciones públicas: 1- “Información que se ofrece a la opinión pública en general y al público objetivo en particular. 2- Estrategias de relación dirigidas hacia nuestros públicos objetivos para tratar de cambiar sus actitudes, ideas y

acciones en base a hacer coincidir los intereses del público y los privados.

3- Concentrar esfuerzos para hacer coincidir el interés público, el de la sociedad, con las organizaciones, de forma que ambos se beneficien de éstos.”.

De modo que tan solo podremos ejercer dicha profesión en base a las premisas que han establecido expertos como Bernays, Black o Barquero, a lo largo de sus diferentes posturas: profesionalidad, ética y responsabilidad social, por lo que la transmisión de la información deberá ser objetiva y veraz, dado que su actividad afecta directamente a la sociedad en las que se practica.

En definitiva, en palabras de Patrick Jackson, ex presidente de la Public Relations Society of America. “En toda sociedad, por muy pequeña o primitiva que sea, surgen de forma inevitable problemas y necesidades de comunicación pública que deben resolverse. Las relaciones públicas se encargan de la función esencial de crear y mejorar las relaciones humanas” (Smith, 2009:29).

Desarrollo

Iniciamos este análisis con la mirada puesta en el siglo XIX, era en la que se desarrolló una hábil utilización de los medios y técnicas disponibles para la promoción de productos, servicios, personas, organizaciones, espectáculos o eventos. Se trata de la época en la que los agentes de prensa promocionaban a sus representados de tal manera, que llegaron a crear grandes leyendas; sin embargo, se trata, también, de la etapa en la que los antiguos agentes de prensa hacían un uso no muy ético de la publicity—exagerándola de manera desorbitada, llegando incluso a mentir, sin una clara disociación entre la publicidad, el secretismo y una gran falta de profesionalidad—, utilizando métodos que en la actualidad las consideraciones éticas prohíben tajantemente. Una figura a destacar de este periodo es Phineas T. Barnum. Dennis Wilcox (2007) destaca que fue denominado como el “Ultimate Showman” fue el gran hombre del espectáculo americano del s. XIX. Nacido en el año 1810, utilizaba sus dotes de experto vendedor para promocionar cualquier evento. Popularizó con gran éxito a

artistas de la época como Tom Thumbs o Jenny Lind y se le consideraba un maestro en la planificación de eventos producidos básicamente para surgir en los medios de comunicación; además de fomentar la aparición, en dichos eventos, de personajes y líderes públicos para originar una mayor asistencia del público.

Este siglo se caracterizó por el uso del Modelo de Agente de Prensa/Publicity.

Modelo representado por figuras como la de P. T. Barnum, donde la exageración, la distorsión y la información parcial o intencionada se empleaban para obtener los objetivos buscados, sin una labor de investigación ni de ética profesional. A finales del siglo XIX las relaciones públicas empezaron a reconfigurarse por la influencia de personas como Ivy Lee, periodistas de profesión que optaron por la difusión de información concreta y veraz de manera unidireccional. Conocido como el Modelo de Información Pública, este modelo divulgaba información, sin un tratamiento del contenido, y comenzaba a analizar los

comportamientos del público; no siempre trataba de persuadir y obviaba el valor del feed-back (retroalimentación).

A principios del siglo XX, una figura clave es la de Edward L. Bernays “El padre de las relaciones públicas modernas”, por su gran aporte en la definitiva consolidación de las relaciones públicas. En palabras de José Daniel Barquero (2007:17) “el Dr. Bernays no solo fue quien verdaderamente dio nombre a la profesión, sino quien asentó sus bases y las configuró”. Su inicio en la práctica de las relaciones públicas fue en el ya mencionado, Comité Creel durante la I Guerra Mundial, pero con la publicación de su libro “Cristalizando la Opinión Pública” en 1923 y la apertura de su agencia aportó un nuevo modelo de entender las relaciones públicas. Dicho modelo hacía especial hincapié en la investigación de las ciencias sociales como la psicología (influido probablemente por su tío Sigmund Freud) para construir mensajes que modificaran la actitud del público. Además de creer en la necesidad de ofrecer información precisa, en

consonancia con el método de Ivy Lee, trabajó por establecer un modelo de escucha al público lo que proporcionaba bidireccionalidad a las relaciones públicas, de modo que aseguraba el éxito del mensaje. Otra de sus defensas fue la responsabilidad social y ética de la profesión, hasta el punto de apoyar la necesidad de otorgar licencias para la práctica de la misma.

Con una larga lista de clientes, éxitos y más de mil quinientas menciones en diversos libros como pionero mundial de las relaciones públicas, con más de 20 libros publicados sobre el tema, en 1990 fue nombrado “Uno de los cien estadounidenses más influyentes del s. XX”, según la revista Life (1990). Asimismo, por primera vez las relaciones públicas comienzan a adquirir rango universitario. En palabras del propio Edward L. Bernays, quien logró la primera cátedra de relaciones públicas en la Universidad de Nueva York, “adquieren especial relevancia en el año 1930, cuando las Universidades de Minnesota, New York, Cornell, Bucknell y Ohio, entre

otras, comienzan a impartir estos estudios universitarios...”

El crecimiento económico y demográfico □urbano y suburbano□, así como del desarrollo científico-tecnológico y del ámbito de la comunicación, experimentado tras la Segunda Guerra Mundial, implicó una gran expansión de las relaciones públicas hasta tal punto que, hoy en día según los autores Barquero y Pérez Senac (2000), son una disciplina indispensable y demandada en el ámbito político, económico y social de los Estados Unidos. Gracias a dicho progreso la sociedad fue adquiriendo un carácter mucho más complejo, dado que sufrió una deshumanización y las personas recurrieron a los grupos para volver a percibir el sentido de comunidad.

El sector empresarial estaba más distanciado que nunca de su público, por lo que tuvo que recurrir al asesoramiento de los profesionales de las relaciones públicas para hacer frente a sus problemas. Planificación estratégica, análisis de los públicos, apoyo en la venta de productos y servicios, especialización en relaciones con los medios de

comunicación, etc. Según Wilcox (2007) las relaciones públicas comenzaron a advenir como una herramienta de dirección, sus presupuestos aumentaron, el soporte de la profesión creció, comenzaron a tomarse con mayor seriedad sus recomendaciones, se convirtieron en parte fundamental de los programas integrados de comunicación y los programas de responsabilidad social corporativa se convirtieron en necesidad.

La evolución de lo que hoy entendemos por relaciones públicas se originó en el propio desarrollo de la lógica y aplicación de las mismas, lo cual se ve reflejado en lo que denominamos los modelos clásicos de relaciones públicas propuestos por Grunig y Hunt (1984:27). El modelo “ideal” sería el Modelo Simétrico Bidireccional, defendido por diversos profesionales de las relaciones públicas como Edward L. Bernays; no obstante, estos modelos se practican en la actualidad, aunque en distinta medida.

Durante las primeras décadas del s. XX, tal y como apuntan Grunig y Hunt (1994) gracias a los avances en las

ciencias sociales y la psicología, y a la toma de conciencia de la importancia de la comunicación persuasiva para influir en la opinión pública, profesionales como George Creel o Edward L. Bernays trabajaron con buenos resultados con el Modelo de Información Pública y Persuasión para lograr, mediante el mensaje, el mayor efecto posible en el público. A mediados del s. XX expertos como, el ya mencionado, Bernays comienzan a centrarse en el Modelo Asimétrico Bidireccional e inician una práctica de comunicación basada en la retroalimentación. Su objetivo es la investigación científica para una mayor y exitosa persuasión, establecida sobre una comunicación circular para obtener el nexo de unión entre el interés público y el privado. De este modo, tras los diversos conflictos originados en la década de los 60 en Estados Unidos (la guerra de Vietnam, la dudosa imagen empresarial, los movimientos feministas, ecologistas, etc.), los profesionales del sector creyeron en la necesidad de mantener un diálogo con los públicos y adaptar las políticas de actuación privadas a los

intereses públicos, tal y como detalla Grunig (1992) beneficiando a todos, lo que llevó a mantener el Modelo Simétrico Bidireccional, hasta nuestros días, y otorgó reconocimiento a las relaciones públicas, constituyéndolas como una función directiva.

Este modelo se basa en la investigación científica de la percepción que tiene el público en el entorno organizacional para determinar las consecuencias de sus acciones, lo que puede confluir en el asesoramiento de la realización de ciertas acciones o en el cambio de la política de actuación; contribuyendo en la comprensión mutua se unen el interés público y el privado.

Edward L. Bernays (1923) fue un gran defensor de este modelo de persuasión y ha sido utilizado por muchos profesionales desde la década de los 80, dado que favorece a la planificación y gestión de problemas, riesgos y crisis tanto a corto como a largo plazo, se trata de que las empresas no tienen que esperar para afrontar y reaccionar ante cualquier problema.

Debemos ubicar el final de la Segunda Guerra Mundial, como telón de fondo del escenario en el que las relaciones públicas se afianzaron en Europa. Fue en este periodo de posguerra, tal y como señala Barquero (2007) con Europa prácticamente destruida, cuando la influencia de Estados Unidos se hizo más latente que nunca. Influencia no solo política o social, se trató de un influjo principalmente económico. Después de la destrucción que supuso la guerra en Europa, la necesidad de reconstruir el continente era apremiante. El propio Winston Churchill se cuestionó “¿Qué es Europa ahora?” tras la Segunda Guerra Mundial “es un montón de ruinas, un semillero de pestes y odios” respondió. Un desorbitado número de refugiados y personas desplazadas, la producción reducida al 20%, hambrunas, ciudades e infraestructuras demolidas, etc. Y según apunta Paredes (2004) a la cruda realidad de que casi todos los países estaban en bancarrota, hay que añadir la sensación de malestar y de baja moral entre la población.

En este contexto, Barquero y Arbós (2007) señalan que la compañía Esso Standard inauguró su primer departamento de relaciones públicas en 1946, seguida por Shell y Caltex. Dentro de la situación en la que se encontraba Europa en ese momento, Philippe Boiry (1998:96) argumenta que “ya no se trataba de defender o ilustrar la reputación de firmas prósperas y poderosas, sino más bien de conseguir que el mundo industrial, comercial y económico fuera redescubierto por un público todavía convaleciente por los cuatro años de guerra e inmerso en un clima político tenso como consecuencia de las primeras grandes nacionalizaciones” El avance de la teoría de las relaciones públicas es la personalizada por James E. Grunig; con la confección de los cuatro modelos de la disciplina y su teoría situacional de los públicos. Xifra (2000) apuntó que, gracias a las pesquisas de Grunig, la investigación en la materia alcanzó la madurez necesaria para poderlas considerar como una disciplina científica. En 1975, Grunig comenzó un análisis con el objetivo de explicar el

comportamiento de las organizaciones, desde el punto de vista de la profesión. Barquero (2007:39) añade que “su idea era aislar variables que describiesen los diferentes tipos de relaciones públicas en la práctica, para reducir el universo de su ejercicio profesional a una mínima tipología de conductas que se pudiera medir y explicar. Luego centró su investigación en otras variables o factores para explicar por qué las organizaciones practicaban las relaciones públicas de la manera que lo hacían”.

Para ello, Grunig consultó a más de 200 asesores de Washington y Baltimore, en Estados Unidos; e indagó sobre el uso que las organizaciones hacían de dieciséis técnicas de relaciones públicas –como jornadas de puertas abiertas, comunicados de prensa, investigación–. De este modo, junto con la aplicación de las nociones de comunicación sincrónica y diacrónica del profesor Thayer (1968), concentró los procedimientos en dos grupos de comportamiento en la disciplina. Asimismo, adoptó la tipología de las organizaciones de los profesores Hull

y Hage (1982) –tradicionales, mecánicas, orgánicas y mixtas (mecánicas/orgánicas) – para vincular sus resultados con una gran diversidad de variables estructurales. De este modo Grunig comprendió que era necesario avanzar más allá de las propuestas de Thayer, para analizar el fenómeno desde la perspectiva histórica; dado que después de todas las indagaciones, tan solo obtuvo la aproximación sobre el por qué las organizaciones inician equitativamente las relaciones públicas, pero no tuvo los datos suficientes para establecer un marco teórico sólido, en base a la relación de la comunicación sincrónica y diacrónica.

Por ello, Grunig (1984) instauró los cuatro modelos conductuales de la profesión –basados en el desarrollo histórico de la materia– que marcaron un antes y un después en la teoría y práctica de la disciplina. Estos modelos son el efecto de la composición de dos esferas divididas, la dirección –unidireccional o bidireccional– y los resultados deseados –asimétricos o asimétricos–. De tal manera que los

cuatro modelos representan los valores, fines y comportamientos practicados por las relaciones públicas: el modelo de agente de prensa o publicity, el modelo de información pública, el modelo asimétrico bidireccional y el modelo simétrico bidireccional.

En general, las relaciones públicas, se centran en el pragmatismo de la disciplina, en la necesidad de remarcar el objetivo y la intencionalidad de la práctica de las mismas. El fundamento de la teoría se basa en el diálogo; el diálogo entendido no única y exclusivamente en comunicar, sino en saber escuchar para poder conocer y comprender la realidad.

Después de las décadas de los 80 y los 90, los profesionales de relaciones públicas demostraron la contribución de la práctica de la profesión en los resultados de las empresas y en la gestión de la percepción o imagen de las mismas, dado que se conceptualiza el término imagen y, sobre todo, el de la imagen corporativa. En palabras de los propios Dres. Dennis Wilcox, Glen Cameron y Jordi Xifra (2006:56) “La

idea básica era que el personal de relaciones públicas trabajara para mantener la credibilidad, para construir relaciones sociales internas y externas, y para resolver los problemas. Inherente a esta idea está la de que el personal de relaciones públicas debe recurrir a la investigación para (1) hacer un seguimiento del entorno, (2) realizar auditorías de relaciones públicas, (3) realizar auditorías de comunicación, y (4) realizar auditorías sociales. A través de estas técnicas, será posible mejorar la responsabilidad social de la empresa.”

Del mismo modo, la práctica de las relaciones públicas deja de centrarse en la relación empresa-público, para encaminarse hacia todas las áreas necesitadas de establecer un entendimiento mutuo entre el interés privado y el interés público.

Con el comienzo del siglo XXI la profesión se ha encaminado hacia la idea de la “gestión de las relaciones”, dado que parte de la idea de la retroalimentación y del beneficio del mantenimiento de una relación estable y perpetua entre el público y lo “privado”.

En el año 2000 Michael Kent, de la Montclair State University, y Maureen Taylor (2002:57), de la Rutgers State University of New Jersey, afirmaban que “Desde hace cierto tiempo se está produciendo un cambio en la teoría, de unas relaciones públicas que reflejan un énfasis en la gestión de la comunicación, a poner énfasis en la comunicación como una herramienta para gestionar las relaciones.” En la actualidad Internet, la “red de redes” , es lo que nos proporcionará la posibilidad de mantener un diálogo directo e instantáneo con el público. Sin embargo, las relaciones públicas deben evolucionar a la misma velocidad que lo hacen las tecnologías de la información y comunicación.

Conclusión

Desde que Edward L. Bernays impartió el primer curso de relaciones públicas en la New York University, titulado Public Relations: A Course on Theory and Practical Method, la disciplina siempre ha estado relacionada con el mundo académico y científico y desde la publicación de su primer libro, el primer libro de la

profesión, *Cristalizando la Opinión Pública* (1923), asentó el acercamiento entre las relaciones públicas, la investigación y las ciencias sociales; no podemos obviar que Bernays se formó en ingeniería agrónoma y suscribió que no se podía influir eficazmente en la opinión pública sin un conocimiento básico de la conducta y actitud humana, es decir, sin contar con las ciencias sociales.

Asimismo, es importante señalar que Bernays fue un ejemplo de adaptación a las nuevas teorías que surgían en las ciencias sociales durante su longeva vida y larga carrera profesional –dado que vivió 103 años de los que dedicó 75 a las relaciones públicas–, además de su evolución intelectual y socialmente responsable. Son múltiples los esfuerzos por demostrar que las relaciones públicas son una ciencia, sin embargo, no podemos hablar de ellas como tal, dado que no son autónomas; sino que son una materia interdisciplinar □ las relaciones públicas se ubican dentro de las ciencias de la comunicación que, a su vez, se encuentran enmarcadas en el

ámbito de las ciencias sociales□ que aplica las teorías de las ciencias humanas para definir modelos de actuación y teorías.

Las relaciones públicas necesitan de materias como las ciencias antropológicas, ciencias políticas, ciencias empresariales y económicas, ciencias psicológicas, ciencias económicas, ciencias de la información para sus investigaciones y el éxito de sus proyectos. Las teorías de las relaciones públicas, que ayudan a dotar apropiadamente las metas y objetivos de un programa de relaciones públicas, según Erica Weintraub y Bruce E. Pinkleton⁷² (2001:31) son “esencialmente generalizaciones sobre cómo piensa y se comporta la gente”. Del mismo modo tal y como afirma Barquero (2007:82) “nuestra profesión no es una ciencia exacta, en el sentido de una ciencia física que se basa en cálculos matemáticos. Cualquier ciencia que se base en la persuasión no puede ser exacta pues las mentes de los individuos que forman la opinión pública y las costumbres de la misma, unido a la multiculturalidad y

globalización, evolucionan minuto a minuto”.

Lo que sí queda claro es que las relaciones públicas están conectadas con la metodología científica, como base de su trabajo. El rigor en la investigación originará la máxima comprensión del objeto estudiado, logrando tener el máximo control sobre él, además de otorgar credibilidad a la propia práctica de las relaciones públicas, como profesión.

Glen M. Broom y David M. Dozier⁷⁴ (1990:34) afirman que “en las relaciones públicas el método científico puede ser aplicado tanto a idear la pregunta de la investigación, el diseño del estudio, la recogida de información y análisis de los datos, como a la utilización de estos datos, esto es, de los resultados.” Insisto nuevamente en la necesidad de mantener una metodología científica en la práctica de las relaciones públicas, dado que Raymond Quivy (2001:68) especificó que “es importante que el investigador sea capaz de concebir y de poner en práctica un plan que le permita conocer la realidad, dicho en un sentido más amplio, un método de

trabajo. Esto no es una simple suma de técnicas que han de aplicarse tal cual se presentan, sino que se trata de un procedimiento global que puede modificarse según sea el caso al que se aplique". De todos modos, para que las relaciones públicas terminen por constituirse como una ciencia autónoma, necesitan profesionales que se dediquen a plantear y probar teorías de forma continua y son pocos los que lo hacen.

Referencias bibliográficas

BARQUERO, J. D. (2001): Lo que se aprende en los mejores MBA. Barcelona: Planeta Gestión 2000.

BERNAYS, E. L. (1927): And Outline of careers. New York: George H. Doran.

BERNAYS, E. L. (1967): Biographie Einer Idee, Die Hohe Schule der RP. Lebenserinne von Edward L. Bernays. Düsseldorf: Econ-Verlag.

BERNAYS, E. L. (1980): Beech-Nut Packing Company Americans Need a Heavy Breakfast. EEUU, Museum. Documento disponible en:

http://www.prmuseum.org/bernays/bernays_video_bacon_QT.html

BLACK, S. (1972): The role of Public Relations in Management. Londres: The Modino Press.

BLACK, S. (1973): The Institute of Public Relations 1948/1973. The first twenty-five years. Londres: The Institute of Public Relations.

BLACK, S. (1980): Public Relations in the 1980's. Londres: Pergamon Press.

BLACK, S. (1989): Exhibition and Conferences from A to Z. Londres: The Modino Press Ltd.

BERNAYS E. L. (1923): Cristalizando la Opinión Pública. New York: Boni and Liveright, Inc, Nueva York.

BERNAYS, E. L. (1923): Recent trends in public relations activities. Public Relations Quarterly: vol 1: pp. 147-151.

BERNAYS, E. L. (1953): Should Public Relations Counsel Be Licensed? En Perspectives in Public Relations de SIMON, Raymond (1966): p. 79. Norman: University of Oklahoma Press.

- BERNAYS, E. L.; FLEISCHMAN, Doris E. (1937): *Pathfinders in Public Opinion*. Nueva York: Universities.
- BERNAYS, E. L. (1939): *A Practical Guide to Opportunity in Business* Griten by Thirty-eight Successfull Americans. New York: Garden City Publishing Co.
- BERNAYS, E. L. (1940): *Speak up for democracy*. New York: The Viking Press.
- Cachinero, E. (2013). *Reputación y liderazgo* (Vol. Colección D+I Llorente y Cuenca): Anatomía de Red. <https://bit.ly/3oKPegm>
- Capriotti, P. (2008). *Planificación del Perfil de Identidad Corporativa para marcas globales: Gestión de la marca corporativa: La Crujía*.
- Costa, J. (1987). *Imagen global. Evolución del diseño de identidad: CEAL*.
- Cutlip, S., Center, A., y Broom, G. (2007). *Manual de relaciones públicas eficaces*: Planeta.
- Dandridge, T., Joyce, W., y Mitroff, I. (1980). *Organizational Symbolism: A topic to expand organizational analysis*. *Academy of Management Review*, 5, 77-82.
- Ferruz González, S. A. (2017). *Conceptualización de la Reputación Corporativa. Nuevo enfoque y propuesta*. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 4, 7, 130-137.
- García Jiménez, J. (1998). *La comunicación interna*: Ediciones Díaz de Santos.
- García, S., y Dolan, S. (1997). *La dirección por valores*: Mc Graw Hill.
- Grunig, J. (2011). *Public relations and strategic management: Institutionalizing organization public relationships in contemporary society*. *Central European journal of communication* 4, 11-31.
- Grunig, J., y Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Fort Worth, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers: Gestión 2000.
- Grunig, J., y Hunt, T. (2000). *Managing public relations: Gestión 2000*.
- Gutierrez García, E. (2010). *Dimensión comunicativa del buen gobierno empresarial. Empresa y Humanismo*, XIII, 149-182.
- Gutiérrez García, E. (2010). *Gobierno corporativo y comunicación empresarial. ¿Qué papel cumplen los*

directores de comunicación en España? Palabra Clave, 13 (1), 147-160.

Gutierrez Rubí, A. (2005). La reputación responsable.

<https://bit.ly/3pLStpo>

Habermas, J. (1981). Teoría de la acción comunicativa: Taurus.

Hernández, J. (2010). Reputación online: necesidad de un marco conceptual y modelo de gestión. En J. Villafañe, La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica: Pearson.

Robinn, S. (2007). Fundamentos de comportamiento organizacional: Félix Varela.

Rodrich, R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. Revista de Comunicación, 11, 212-234.

Rodrigo, M., y Estrada, A. (2008). Las teorías de la comunicación: UOC.

Sanna, D. (2013). Desafíos actuales frente a la medición de la reputación corporativa. Austral Comunicación, 2, 79-104.

Schein, E. H. (1988). La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión

dinámica. Gestión e innovación: Plaza y Janés.

Van Riel, C. (1997). Comunicación corporativa: Prentice Hall.

HACIA UNA RECONSTRUCCIÓN DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA EN LA GESTIÓN DE LA MUNICIPALIZACIÓN DE LA UNEFM

AUTOR:

LOYO, ALEXANDER

RESUMEN

El presente estudio se plantea con el propósito fundamental de analizar de manera exhaustiva la gestión de los Programas Nacionales de Formación (PNF) en la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Este análisis se realiza bajo la lente teórica de la acción comunicativa de Jürgen Habermas, buscando no solo describir procesos administrativos, sino resignificar la praxis de la gerencia universitaria en el contexto específico de las aldeas universitarias. En estos espacios, la educación superior experimenta un proceso de territorialización, donde el campus tradicional se disuelve para integrarse en la realidad sociopolítica de las comunidades. Por ello, la investigación explora cómo la gestión puede dejar de ser un ejercicio de control vertical para convertirse en un puente de entendimiento intersubjetivo. La metodología seleccionada se inscribe rigurosamente en el paradigma socio-crítico, orientada a la transformación de las estructuras sociales desde la autorreflexión de los actores involucrados. Se emplea un enfoque cualitativo y el método hermenéutico para interpretar los discursos y significados subyacentes en la labor gerencial. Para la recolección de información, se utilizaron entrevistas en profundidad aplicadas a coordinadores y gestores clave del área de municipalización, quienes poseen la vivencia directa de la mediación entre la normativa institucional y la realidad comunitaria. Los resultados preliminares destacan una tendencia preocupante hacia la burocratización de la gestión, lo que Habermas denominaría la "colonización del mundo de la vida" académica por parte del sistema administrativo. Esta rigidez procedimental limita el diálogo emancipador y la fluidez comunicativa entre la academia y la comunidad, reduciendo la municipalización a una simple expansión

física en lugar de una integración cultural. Finalmente, se concluye que es imperativo transitar hacia una gerencia dialógica y reflexiva. Esta nueva gestión debe ser capaz de validar los saberes populares y locales, integrándolos orgánicamente como parte del currículo universitario, garantizando así que la educación superior cumpla su función social transformadora en el territorio.

Palabras Claves: Acción Comunicativa; Municipalización Educativa; Gerencia Universitaria; Aldeas Universitarias; Programas Nacionales de Formación (PNF).

ABSTRACT

This study aims primarily to conduct a comprehensive analysis of the management of National Training Programs (PNF) at the National Experimental University Francisco de Miranda (UNEFM). The analysis is carried out through Jürgen Habermas's theoretical lens of communicative action, seeking not only to describe administrative processes but also to re-signify university managerial praxis within the specific context of university villages. In these spaces higher education undergoes a process of territorialization, where the traditional campus dissolves to integrate into the socio-political reality of local communities. Accordingly, this research explores how management can shift from an exercise of vertical control to become a bridge of intersubjective understanding. The selected methodology rigorously follows a socio-critical paradigm oriented toward transforming social structures through self-reflection by involved actors. A qualitative approach and hermeneutic method are employed to interpret discourses and underlying meanings in managerial work. For data collection in-depth interviews were conducted with coordinators and key managers in the municipalization area—individuals who possess direct experience mediating between institutional regulations and community reality. Preliminary results highlight a concerning trend toward bureaucratization of management—a phenomenon Habermas would describe as “colonization of the lifeworld” by the administrative system. This

procedural rigidity limits emancipatory dialogue and communicative fluidity between academia and community, reducing municipalization to mere physical expansion rather than cultural integration. Finally, it is concluded that an imperative transition toward dialogic and reflective management is required. Such new management must validate popular and local knowledge by integrating it organically into the university curriculum, thereby ensuring that higher education fulfills its transformative social function within the territory.

Keywords: Communicative Action; Educational Municipalization; University Management; University Villages; National Training Programs (PNF)

INTRODUCCIÓN

La municipalización de la educación superior en la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM) representa un hito sin precedentes en la democratización del saber en Venezuela. Al descentralizar la academia y llevar los Programas Nacionales de Formación (PNF) directamente al corazón de las comunidades, la institución rompe con la histórica concepción del recinto universitario como un espacio insular y elitista. En este nuevo paradigma, la universidad se transmuta en un actor dinámico del desarrollo local, donde el conocimiento no solo se transmite, sino que se coproduce en el tejido social. No obstante, este despliegue territorial enfrenta un desafío crítico: el riesgo de replicar modelos gerenciales verticales, herederos de una visión tecnocrática que prioriza el control administrativo sobre la riqueza del intercambio humano y pedagógico.

La revisión literaria contemporánea sugiere que la gestión educativa en contextos de municipalización a menudo padece de lo que se podría denominar una "anestesia

comunicativa", donde los procesos de diálogo son sustituidos por meros trámites burocráticos. Como indica Habermas (1981), en su análisis sobre la racionalidad social, "la reproducción simbólica del mundo de la vida se ve amenazada cuando los imperativos de la subsistencia sistémica se imponen sobre la comunicación lingüísticamente mediada" (p. 254). En el caso de la UNEFM, esto se traduce en una gestión que, al verse desbordada por las exigencias del "sistema" (informes, censos y normativas rígidas), termina por colonizar el "mundo de la vida" de las aldeas universitarias, asfixiando la espontaneidad y la pertinencia social del hecho educativo.

En sintonía con esta preocupación, Santos (2021) afirma con contundencia que "la universidad del siglo XXI debe practicar una ecología de saberes que solo es posible mediante un diálogo intercultural e intersubjetivo" (p. 42). Esta ecología de saberes exige una gerencia que no solo administre recursos, sino que gestione significados y reconozca la validez de los conocimientos

ancestrales y populares presentes en el territorio. Asimismo, autores de gran reputación como García (2022) han enfatizado que la educación territorializada en América Latina requiere una "flexibilidad institucional" que a menudo choca con las estructuras rígidas de las universidades tradicionales, generando una tensión que solo puede resolverse a través de una reconstrucción de las prácticas comunicativas.

Por consiguiente, el propósito central de esta investigación es proponer una resignificación profunda de la gerencia en la Coordinación de Programas Municipalizados de la UNEFM, fundamentada en la razón comunicativa. Se pretende transitar de una gerencia de mando y obediencia hacia una gerencia de entendimiento y consenso. Para guiar este camino reconstructivo, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿De qué manera se manifiestan las pretensiones de validez —verdad, rectitud y veracidad— en la interacción cotidiana entre la gestión central de la UNEFM y los actores de las aldeas

universitarias? y ¿Qué elementos conceptuales y metodológicos deben integrar una gerencia municipalizada que, más allá de la eficiencia técnica, promueva una formación integral y verdaderamente emancipadora? El estudio busca, en última instancia, que la municipalización no sea solo una expansión geográfica, sino una revolución en la forma de gestionar la inteligencia colectiva.

METODOLOGÍA

Para otorgar el rigor metodológico necesario a una investigación de esta envergadura, el diseño del estudio se ha estructurado como un andamiaje robusto que permite transitar de la observación superficial a la profundidad crítica. En este sentido, se adoptó un paradigma socio-crítico, fundamentado en la premisa de que el conocimiento no es neutro, sino que está intrínsecamente ligado a intereses emancipadores. Como sostiene Habermas (1981), la ciencia social no debe limitarse a la descripción técnica de los hechos, sino que debe buscar la desalienación de los sujetos mediante la autorreflexión. Por lo tanto, el

objetivo no es solo describir la gestión de la municipalización en la UNEFM, sino propiciar una autorreflexión transformadora en los actores universitarios, permitiéndoles identificar las estructuras de poder que inhiben la acción comunicativa.

Bajo esta premisa, el enfoque es cualitativo, lo que permite un acercamiento fenomenológico a la cotidianidad de las aldeas universitarias. Este enfoque se aleja del reduccionismo positivista para centrarse en la cualidad de las interacciones humanas. Complementariamente, se emplea el método hermenéutico, el cual, en palabras de Gadamer (1993), implica que "la comprensión no es una acción de la subjetividad, sino el ingreso en una tradición de sentido" (p. 24). Este método permite interpretar la realidad de la municipalización más allá de las cifras de matriculación o los indicadores de eficiencia administrativa, penetrando en los significados que los gestores otorgan a su praxis diaria y en las tensiones que surgen al intentar conciliar la normativa central con la realidad del territorio.

Informantes Clave: La riqueza de los datos descansa en la selección intencional de 10 informantes clave, pertenecientes al personal de gestión estratégica y operativa de la UNEFM, específicamente Coordinadores de PNF y enlaces municipales. Estos actores fueron seleccionados mediante un muestreo teórico, siguiendo criterios de idoneidad y reputación académica. Los criterios de inclusión fueron: (a) vinculación directa con la Coordinación de Programas Municipalizados, garantizando que el discurso emane de la práctica real; (b) experiencia demostrable en la resolución de nudos críticos en aldeas universitarias, lo que asegura una visión profunda de los conflictos entre el "sistema" y el "mundo de la vida"; y (c) un compromiso manifiesto con el proyecto de transformación universitaria, requisito esencial para la fase de autorreflexión crítica. Como advierten Guba y Lincoln (1994), "la calidad de una investigación cualitativa depende de la capacidad del investigador para seleccionar informantes que posean una riqueza experiencial significativa" (p. 105).

Procedimientos y Técnicas de Análisis: El proceso de recolección de información se alejó de los formatos rígidos para dar paso a los círculos de reflexión y las entrevistas biográfico-narrativas. Estas técnicas permiten que el gestor se narre a sí mismo, revelando las contradicciones entre su deber ser institucional y su sentir comunitario. El análisis de estas narrativas se estructuró bajo la técnica de la reconstrucción racional propuesta por Habermas. Esta técnica no busca reconstruir hechos históricos, sino las reglas pre-teóricas y las competencias comunicativas que los sujetos utilizan en su interacción social.

Durante el análisis, se buscó identificar con precisión quirúrgica los momentos en que la gestión administrativa entendida como una racionalidad instrumental orientada al éxito eclipsa la misión pedagógica y comunitaria de la universidad. Para garantizar la validez científica, se integraron los criterios de triangulación de fuentes, contrastando los hallazgos con los postulados de Appel (1985) sobre la ética del discurso. Esta rigurosidad

procedimental permite asegurar que la propuesta de resignificación gerencial no sea una simple especulación, sino el resultado de un consenso intersubjetivo validado por los propios protagonistas de la municipalización. Se busca, en definitiva, que el procedimiento metodológico actúe como una "situación ideal de habla" donde la verdad científica surja del reconocimiento mutuo de las pretensiones de validez (Habermas, 1998).

RESULTADOS

La Dialéctica entre el Sistema y el Mundo de la Vida

Los hallazgos de esta investigación desvelan una trama compleja donde la gestión universitaria se convierte en un campo de batalla entre dos lógicas contrapuestas. Se revela una tensión constante y profunda entre la normativa institucional, que actúa como la estructura del Sistema, y la dinámica socio-educativa de las aldeas, que representa el Mundo de la Vida. En el contexto de la UNEFM, esta dicotomía no es abstracta; se materializa cuando las exigencias de

control administrativo —tales como la rigidez en los horarios, los formatos de evaluación estandarizados y los protocolos de entrega de actas— chocan frontalmente con la realidad orgánica de las comunidades falconianas. En estos territorios, los tiempos no son dictados por un cronograma de oficina, sino que son marcados por las necesidades territoriales, la estacionalidad de las actividades socioproductivas y los problemas estructurales de servicios públicos o movilidad que condicionan la presencialidad del triunfador.

Los gestores e informantes clave perciben de manera unánime que la carga administrativa actual ha mutado en una fuerza obstructiva, una suerte de "entropía burocrática" que impide un acompañamiento pedagógico real y efectivo en el territorio. Esta "hipertrofia del sistema" genera un desplazamiento de las funciones esenciales: el coordinador municipal, cuya naturaleza debería ser la de un líder comunitario y académico, termina invirtiendo la mayor parte de su jornada en la gestión de expedientes y la carga de datos en plataformas que a menudo son

ajenas a la realidad de la aldea. Como señala uno de los informantes con notable preocupación: "Nos hemos convertido en gestores de trámites; la burocracia nos roba la posibilidad de escuchar al estudiante en su contexto y de entender qué le impide avanzar".

Este fenómeno es lo que Habermas (1981) define rigurosamente como la colonización del mundo de la vida: un proceso patológico donde los medios de control sistémicos (el poder administrativo y la burocracia técnica) desplazan a la comunicación lingüísticamente mediada en ámbitos que, por su naturaleza, dependen de la integración social y la socialización educativa. Al burocratizar el acompañamiento pedagógico, la universidad despoja al acto educativo de su potencial emancipador, convirtiéndolo en un proceso de manufactura de títulos bajo parámetros de eficiencia técnica que ignoran la subjetividad del actor social.

Un resultado de alto impacto en el análisis es la brecha epistémica —un abismo de significados— entre el diseño curricular de los PNF y las

necesidades urgentes de solución de problemas locales. La estructura curricular, aunque filosóficamente diseñada para la flexibilidad y la integración proyecto-comunidad, suele aplicarse con una linealidad centralista que ignora la especificidad de cada aldea universitaria. Un testimonio de la coordinación municipal ilustra con crudeza esta desconexión: "A veces gestionamos el programa como si la aldea estuviera en el campus central en Coro, olvidando que el diálogo con la comunidad es lo que da sentido y legitimidad a la municipalización".

Esta frase resume la crisis de validez de la gestión actual. Bajo el enfoque de la Acción Comunicativa, la "verdad" de la norma institucional se impone con violencia simbólica sobre la "veracidad" y la "rectitud" que demanda el contexto. La gestión se vuelve ilegítima cuando el gestor no puede responder con sinceridad a las demandas del entorno porque está atado a una racionalidad instrumental que premia el reporte por encima del impacto social.

Al respecto, García Guadilla (2022) sostiene que "la gestión de la universidad territorializada requiere una flexibilidad que las estructuras burocráticas tradicionales aún no logran procesar" (p. 15). Esta incapacidad de procesamiento genera en la UNEFM una ruptura entre la "gerencia de despacho", que opera desde la abstracción del dato y la norma central, y la "gerencia de campo", que sobrevive en la trinchera de la aldea intentando humanizar los procesos. La resistencia de la estructura central a ser interpelada por la realidad territorial perpetúa un modelo de universidad que está físicamente en la comunidad, pero mentalmente en el recinto.

Para visualizar esta desconexión de forma sistémica, el siguiente cuadro sintetiza los nudos críticos detectados mediante la reconstrucción racional, evidenciando las categorías donde el Sistema ha desplazado las funciones vitales del Mundo de la Vida:

Nudo Crítico	Manifestación del "Sistema"	Manifestación del "Mundo de la Vida"
Racionalidad	Instrumental: Centrada en el	Comunicativa: Centrada en el

	cumplimiento de procesos y eficiencia administrativa.	entendimiento mutuo y la construcción de consensos.
Currículo	Estandarización: Contenidos de los PNF aplicados de forma lineal y centralista.	Pertinencia: Validación de saberes populares y respuestas a nudos críticos locales.
Interacción	Verticalidad: Relación jerárquica de mando, obediencia y reporte de datos.	Horizontalidad: Situación ideal de habla entre docentes, triunfadores y comunidad.
Meta de Gestión	Cuantitativa: Éxito medido por indicadores, estadísticas y metas de matriculación.	Cualitativa: Éxito medido por la transformación social y la emancipación del sujeto.

Para cerrar esta sección de hallazgos y abrir paso a la propuesta transformadora, es fundamental entender que la solución a estos nudos críticos no provendrá de una reforma administrativa superficial, sino de un cambio de paradigma en la gobernanza universitaria. El análisis previo muestra que la gestión de la UNEFM se encuentra en una encrucijada: puede continuar profundizando la colonización burocrática de las aldeas o bien avanzar hacia una reconstrucción racional de sus procesos.

Esta transición exige crear espacios donde la “gerencia de campo” deje de ser una receptora pasiva de directrices y se convierta en un actor deliberativo. Aquí es donde la propuesta de los Consejos Populares

de Gestión Universitaria (CPGU) adquiere su máxima justificación científica y social. Los CGU se plantean como la herramienta orgánica para institucionalizar la “situación ideal de habla”, permitiendo que la interacción entre la universidad y la comunidad pase de una relación jerárquica a un ejercicio de soberanía cognitiva.

Al institucionalizar el diálogo horizontal, la municipalización podrá armonizar la eficiencia sistémica con la riqueza vital de los territorios, garantizando que el egresado de los PNF sea no solo un técnico calificado, sino también un ciudadano consciente y comprometido con la transformación local.

El análisis de la matriz de nudos críticos evidencia una fractura epistemológica y operativa en la

municipalización de la UNEFM. Al contrastar categorías, se observa que la racionalidad instrumental del Sistema actúa como un dispositivo de control que prioriza métricas y estandarización curricular, anulando así la singularidad de los saberes populares del territorio. Esta desconexión no es meramente administrativa; constituye una barrera comunicativa donde la “relación jerárquica vertical” impide construir una “situación ideal de habla” habermasiana, necesaria para que los PNF sean realmente pertinentes. En última instancia, el cuadro muestra que mientras el Sistema se enfoca en indicadores cuantitativos, el Mundo de la Vida en las aldeas universitarias exige una gestión orientada a la emancipación y transformación social, confirmando que la municipalización necesita urgentemente pasar de una gerencia de control a una gerencia del entendimiento intersubjetivo.

DISCUSIÓN

Hacia una Gerencia Comunicativa y Descolonizada

La interpretación de los resultados sugiere con contundencia que la gestión de la municipalización en la UNEFM requiere una resignificación pragmática y urgente. No es suficiente con el acto físico de llevar la universidad a la comunidad; la verdadera municipalización radica en permitir que la comunidad transforme a la universidad en sus formas, métodos y estructuras. Este hallazgo dialoga directamente con la teoría de la descolonización del saber. Como enfatiza De Sousa (2023), “la descolonización de la universidad empieza por la descolonización de su gestión” (p. 77). Gestionar la educación en la aldea bajo parámetros centralizados es una forma de colonialidad administrativa que ignora al sujeto local como interlocutor válido.

En este sentido, la investigación propone el tránsito hacia una “Gerencia Comunicativa”. Esta propuesta se apoya en los postulados de Bernstein (1983), quien advierte sobre el peligro de que la racionalidad técnica asfixie la praxis humana. Una gerencia comunicativa en la UNEFM implica que el éxito de un PNF no se

mida solo por el número de egresados, sino por la calidad del consenso alcanzado entre la universidad y la comunidad para resolver nudos críticos del territorio. Se trata de rescatar la "dimensión ética del habla" en cada junta de coordinación y en cada encuentro en la aldea.

No obstante, se reconoce que la limitación principal del presente estudio es la profunda resistencia al cambio cultural que impera dentro de las estructuras jerárquicas más antiguas de la institución. La inercia del poder tiende a proteger los procedimientos establecidos para evitar la incertidumbre que genera el diálogo abierto. Sin embargo, el significado de este trabajo aporta una base teórica y empírica para la construcción de una gestión donde el consenso entre coordinadores, docentes, triunfadores y actores sociales sea el motor de la verdadera calidad educativa.

Para sustentar esta transformación, es necesario aplicar lo que Honneth (2020) describe como la ética del reconocimiento: "el reconocimiento mutuo es la base de cualquier forma

de cooperación social exitosa" (p. 110). En la municipalización, esto significa que el gestor central debe reconocer la autoridad epistémica del gestor municipal y del estudiante en su territorio. Solo mediante este reconocimiento, las pretensiones de validez (verdad sobre los datos, rectitud en la norma y veracidad en el compromiso) pueden armonizarse para evitar la fractura institucional.

Finalmente, esta discusión abre el camino para futuras líneas de investigación que exploren cómo las tecnologías de la información pueden servir a la acción comunicativa y no solo al control burocrático, asegurando que la UNEFM sea, en efecto, una universidad para y desde el pueblo.

CONCLUSIONES

Hacia un Nuevo Ethos en la Gestión Universitaria Territorializada

La reconstrucción de la gestión en el proceso de municipalización de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM) no constituye un simple ajuste de procedimientos administrativos;

representa una transformación ontológica en la forma en que la academia se vincula con la sociedad. A través del análisis crítico realizado, se concluye que el éxito de los Programas Nacionales de Formación (PNF) en los territorios depende de que el gestor universitario trascienda su rol tradicional de supervisor de procesos técnicos para convertirse en un facilitador de procesos comunicativos. Esta transición implica abandonar la racionalidad instrumental aquella que solo busca el éxito métrico y el control burocrático para abrazar una racionalidad comunicativa que priorice el entendimiento mutuo y la resolución de problemas locales como el fin último de la institución. La relevancia científica y social de este estudio reside en la propuesta de una gerencia que valide de manera equitativa las pretensiones de "veracidad" y "rectitud" en el trato cotidiano con las aldeas universitarias. En el marco habermasiano, la rectitud se refiere al cumplimiento de normas que sean percibidas como legítimas y justas por todos los actores, mientras que la

veracidad apela a la sinceridad y transparencia del gestor en su compromiso con la transformación social. Cuando la gestión municipalizada se fundamenta únicamente en la "verdad" de los datos estadísticos y obvia la dimensión ética del discurso, se produce una ruptura en el tejido de confianza entre la universidad y la comunidad, convirtiendo a la aldea en un apéndice administrativo en lugar de un centro de saber emancipador. Una de las conclusiones más potentes de esta investigación es que la municipalización debe entenderse como un proceso de reaprendizaje institucional. La UNEFM, al insertarse en el territorio falconiano, se somete a una interpelación constante por parte del mundo de la vida local. Por lo tanto, la gerencia no puede ser un acto unidireccional de emisión de directrices, sino un proceso cíclico de escucha activa y ajuste dialógico. Como sostiene Mészáros (2019), la educación debe ir "más allá del capital", lo que en términos de gestión significa ir más allá del control de eficiencia para centrarse en la

reproducción de una vida social consciente y participativa.

Implicaciones Prácticas y Teóricas

La implicación práctica más disruptiva de esta investigación es la propuesta de creación de los Consejos Populares de Gestión Universitaria (CPGU). Estos órganos no deben concebirse como instancias burocráticas adicionales, sino como espacios de gobernanza horizontal donde la toma de decisiones sea el resultado de una acción comunicativa libre de coacciones externas o internas. En estos consejos, coordinadores, docentes, triunfadores y voceros comunales deben converger en una "situación ideal de habla" para definir el rumbo de los PNF en función de las potencialidades productivas y sociales de cada zona. Esto garantiza que el currículo no sea una camisa de fuerza importada del campus central, sino un organismo vivo que se nutre de la realidad del estado Falcón.

Asimismo, la investigación arroja implicaciones teóricas significativas al hibridar la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt con las Epistemologías del Sur. Se

demuestra que la gestión universitaria puede ser un ejercicio de descolonización si se sustituye la jerarquía del "experto administrativo" por la autoridad del "consenso intersubjetivo". Este enfoque dota a la UNEFM de una herramienta metodológica para combatir la alienación institucional y fortalecer la identidad de los PNF como instrumentos de soberanía nacional.

Finalmente, se concluye que el rol transformador de la universidad en el territorio nacional solo se materializará si existe la voluntad política y académica de transitar hacia este modelo de gerencia comunicativa. La municipalización es, en esencia, un acto de fe en la capacidad del diálogo para construir realidades más justas. El desafío queda planteado para las autoridades y gestores de la UNEFM: permitir que la razón comunicativa desmonte las murallas de la burocracia y convierta cada aldea universitaria en un faro de democracia deliberativa y saber compartido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Apel, K. O. (1985). *La transformación de la filosofía*. Madrid: Taurus.

Bernstein, R. J. (1983). *Beyond Objectivism and Relativism: Science, Hermeneutics, and Praxis*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

De Sousa, B. (2023). *La universidad del siglo XXI: De la reforma a la descolonización*. Buenos Aires, Argentina: CLACSO.

Gadamer, H. G. (1993). *Verdad y Método*. Salamanca: Sígueme.

García Guadilla, C. (2022). *Tensiones y transiciones en la educación superior en América Latina*. Caracas, Venezuela: UNESCO-IESALC.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing paradigms in qualitative research*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa: Racionalidad de la acción y racionalización social*. Madrid, España: Taurus.

Honneth, A. (2020). *La lucha por el reconocimiento*. Madrid, España: Akal.

Mészáros, I. (2019). *La educación más allá del capital*. México D.F., México: Siglo XXI.

Santos, M. (2021). *El espacio de la ciudadanía y la gestión territorial*. São Paulo: EdUSP.