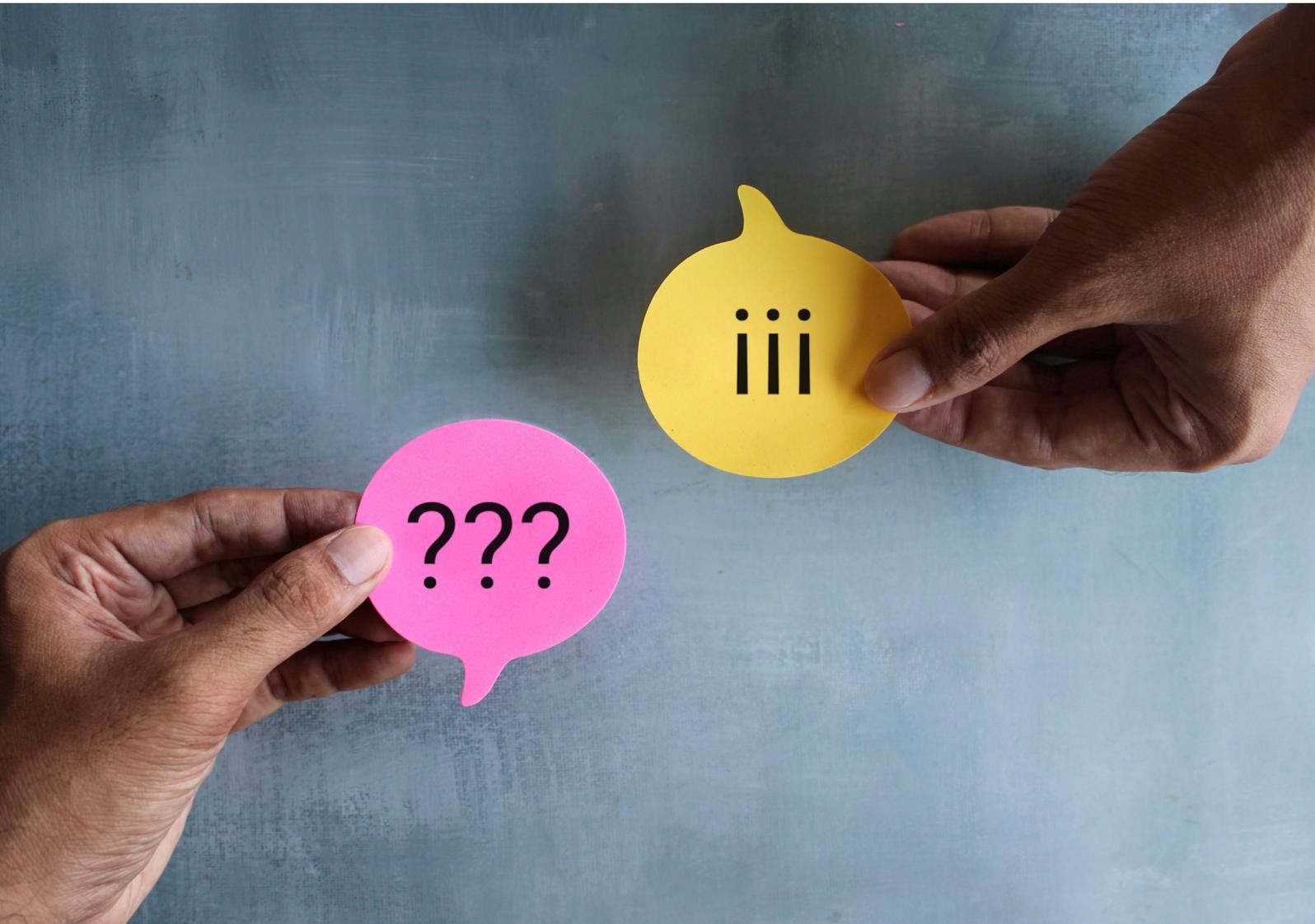




COMMUNICATION  
JOURNAL

# MLS Communication Journal

ISSN: 2792-9280



<https://www.mlsjournals.com/MLS-Communication-Journal>

**EQUIPO EDITORIAL / EDITORIAL TEAM / EQUIPA EDITORIAL****Editor Jefe / Editor in chief / Editor Chefe**

Mónica Bonilla del Río. Universidad Europea del Atlántico, España

**Secretaria / General Secretary / Secretário Geral**

Dra. Beatriz Berrios Aguayo. Universidad de Jaén, España

**Editores Asociados / Associate Editors / Editores associados**

Ana Visiers. Universidad Europea del Atlántico España

Elizabeth Guadalupe Rojas-Estrada. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Chile

Helena Garay Tejería. Universidad Europea del Atlántico, España

Vanessa Matos dos Santos. Universidad Federal de Uberlândia, Brasil

**Comité Científico Internacional**

Luis Miguel Romero-Rodríguez. Universidad Rey Juan Carlos, España

Elvira Margarita Lora Peña. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Cristina Pulido Rodríguez. Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Armando Távarez. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Marisol Tello Rodríguez. Universidad del Mayab, México

Gabriel Jaraba Molina. Universidad Autónoma de Barcelona

José María Perceval Verde. Universidad Autónoma de Barcelona

Federico Fernández Díez. Universidad Europea del Atlántico, España

Ana Bélgica Guichardo. Universidad Pontificia Madre y Maestra, República Dominicana

Fernando Esquivel Lozano. Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Felipe Chibás Ortiz. Universidad de São Paulo, Brasil

Gustavo Contreras. Universidad Mariano Gálvez, Guatemala

**Patrocinadores:**

Funiber - Fundación Universitaria Iberoamericana  
Universidad internacional Iberoamericana. Campeche (México)  
Universidad Europea del Atlántico. Santander (España)  
Universidad Internacional Iberoamericana. Puerto Rico (EE. UU)  
Universidade Internacional do Cuanza. Cuito (Angola)

**Colaboran:**

Centro de Investigación en Tecnología Industrial de Cantabria (CITICAN)  
Grupo de Investigación IDEO (HUM 660) - Universidad de Jaén  
Centro de Innovación y Transferencia Tecnológica de Campeche (CITTECAM) - México.



## SUMARIO / SUMMARY / RESUMO

---

- Editorial ..... 5
  
- La influencia de TikTok en la construcción de la identidad y socialización de los jóvenes..... 7  
The influence of TikTok use on young people's identity formation and virtual socialisation  
*Laura Chiva Cedrún, Sabina Civila. Universidad Europea del Atlántico, España / Universidad de Huelva, España.*
  
- Relación engagement y la deserción académica en los MOOCS: síntesis de una investigación expo facto..... 23  
Relationship engagement and academic dropout in MOOCS: synthesis of an expo facto research  
*Odiel Estrada Molina. Universidad de Valladolid, España.*
  
- Modelo de comunicación efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública del Departamento de Loreto, Perú ..... 38  
Effective communication model for the dissemination of public investment programs and projects of the Department of Loreto, Peru  
*Francisco Antonio Gallo Infantes, Jon Arambarri Basañez, Nuria Lloret Romero, Claudet Cadillo López. Universidad Internacional Iberoamericana, México / Universidad Europea del Atlántico, España / Universidad Científica de Perú, Perú.*
  
- Estudio comparativo de software libres y software gratuitos para la edición de video ..... 55  
Comparative study of free software and freeware for video editing  
*Manuel Scarani Delgado. Universidad Internacional Iberoamericana, Uruguay.*
  
- ¿Sagrada? familia: La desacralización de la maternidad en la serie de Netflix ..... 74  
Sacred? family: The desacralization of motherhood in the Netflix series  
*Laura Pacheco-Jiménez. Universidad de Sevilla, España.*

## Editorial

---

El entorno comunicativo, caracterizado por los constantes cambios y avances tecnológicos, requiere que la ciudadanía desarrolle la competencia mediática necesaria para desenvolverse de manera efectiva en la era digital. De este modo, los medios tradicionales coexisten con medios emergentes, como las redes sociales, plataformas en streaming o la cada vez más extendida inteligencia artificial. Estos progresos tienen una influencia significativa en diferentes ámbitos de la cotidianidad, modificando los hábitos, actitudes y formas de actuar de la sociedad tanto en entornos sociales como profesionales, educativos o culturales. En este contexto se publica este nuevo número de *MLS Communication Journal* que, con un nuevo Equipo Editorial, retoma la actividad de la publicación, con propuestas relacionadas con la comunicación desde diversas perspectivas y enfoques.

En este sentido, el primer manuscrito, desarrollado por Laura Chiva Cedrún (Universidad Europea del Atlántico) y Sabina Civila (Universidad de Huelva), titulado “La influencia de TikTok en la construcción de la identidad y socialización de los jóvenes”, aborda los efectos de esta plataforma respecto al posible impacto de las redes sociales en las dinámicas interpersonales, la autopercepción y las construcciones identitarias de los jóvenes en entornos virtuales. Los resultados muestran que más del 50% de los participantes asimilan valores y tienden a cambiar de perspectiva en función del contenido que consumen en la plataforma, lo que implica la influencia de esta red social a la hora de definirse así mismos, compararse con otros usuarios y buscar su reconocimiento.

El segundo artículo, “Relación engagement y la deserción académica en los MOOCs: Síntesis de una investigación *expo facto*”, propuesto por Odiel Estrada Molina (Universidad de Valladolid), plantea un estudio mediante una revisión sistemática de literatura y una encuesta en la que participaron profesores universitarios de dos países (Cuba y Ecuador). Los hallazgos ponen de manifiesto que las variables relacionadas con la autonomía y la planificación del aprendizaje, entre otras cuestiones, influyen en la deserción de los estudiantes cuando realizan este tipo de cursos masivos en línea. Este estudio reflexiona sobre cómo pueden afectar estos fenómenos al aprendizaje y rendimiento académico en entornos virtuales.

El número actual continúa con la investigación de Francisco Antonio Gallo Infantes (Universidad Internacional Iberoamericana), Jon Arambarri Basañez, Nuria Lloret Romero (Universidad Europea del Atlántico) y Claudet Cadillo López (Universidad Científica de Perú). En su publicación, titulada “Modelo de comunicación efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública del departamento de Loreto, Perú”, realizan encuestas a tenientes gobernadores de los poblados ubicados en las fronteras con Colombia y Brasil. Los resultados evidencian limitaciones significativas en el modelo actual de difusión de los Programas de Investigación e Inversión Pública en relación con todos los elementos comunicativos (emisores dispersos y con formación insuficiente, receptores no definidos, canales desaprovechados, mensajes descontextualizados y falta de retroalimentación), lo que implica la propuesta por parte de los autores de un Modelo de Comunicación Efectiva para la Difusión.

En el siguiente manuscrito, “Estudio comparativo de software libres y software gratuitos para la edición de vídeo” firmado por Manuel Scarani Delgado (Universidad Internacional Iberoamericana), se presenta una comparativa

mediante un análisis de diversos programas: Shotcut, Kdenlive, Hitfilm Express y Da Vinci Resolve. Los resultados muestran que existe una paridad en las características, funcionalidades y prestaciones que ofrecen los programas de carácter gratuito y de acceso libre. En este sentido, estos se establecen como una alternativa factible y eficaz para la producción de contenidos en el ámbito comunicativo.

Finalmente, el último artículo que completa el número, cuya autora es Laura Pacheco-Jiménez (Universidad de Sevilla), plantea una interesante reflexión sobre la representación de las madres en producciones audiovisuales. Concretamente, bajo el título “¿Sagrada? familia: La desacralización de la maternidad en la serie de Netflix”, se presenta un análisis de los siete personajes femeninos de “Sagrada familia”, una serie española protagonizada por Najwa Nimri, Alba Flores, Macarena Gómez, Carla Campra, Laura Laprida, Ella Kweku y Claudia Melo. Fue estrenada en dicha plataforma en octubre de 2022 y concluyó con el estreno de la segunda y última temporada en noviembre de 2023. El objetivo del estudio es determinar los tipos de maternidad que ejercen sus personajes, cómo desarrollan la protección hacia sus hijos, así como identificar qué aspectos influyen en su desarrollo laboral y profesional. Los hallazgos ponen de manifiesto que esta serie se instaura en el paradigma de alejamiento progresivo de la representación de personajes femeninos como mujeres perfectas y madres ideales, ofreciendo una mayor diversidad de perfiles maternos caracterizados por conflictos y actuaciones contradictorias que reflejan la construcción de personajes complejos.

Dra. Mónica Bonilla del Río  
Editora Jefe / Editor in chief / Editora Chefe

**LA INFLUENCIA DE TIKTOK EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD Y  
SOCIALIZACIÓN DE LOS JÓVENES**  
**THE INFLUENCE OF TIKTOK USE ON YOUNG PEOPLE'S IDENTITY FORMATION AND  
VIRTUAL SOCIALISATION**

**Laura Chiva Cedrún<sup>a</sup>**

Universidad Europea del Atlántico, España

([laura.chiva@alumnos.uneatlantico.es](mailto:laura.chiva@alumnos.uneatlantico.es)) (<https://orcid.org/0000-0001-6059-9893>)

**Sabina Civila**

Universidad de Huelva, España

([sabivicivila@gmail.com](mailto:sabivicivila@gmail.com)) (<https://orcid.org/0000-0001-6059-9893>)

---

**Información sobre el manuscrito:**

**Recibido:** 14/12/2023

**Revisado:** 11/01/2024

**Aceptado:** 18/01/2024

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

TikTok, identidad, adolescentes,  
redes sociales, Turquía.

En la sociedad contemporánea, la influencia de las redes sociales en los jóvenes, junto con su impacto en la dinámica interpersonal y la autopercepción, se clasifica como un fenómeno omnipresente que no solo configura las interacciones cotidianas, sino que también modela de manera significativa la construcción identitaria y los patrones de socialización virtual. En particular, TikTok se ha convertido en una plataforma destacada para la población más joven. Teniendo esto en cuenta, la presente investigación se centra en los efectos de TikTok en la construcción de identidad y socialización virtual de estudiantes de entre 18 y 26 años matriculados en la Universidad de Ankara. Para abordar empíricamente estos objetivos, un total de 30 estudiantes de la Universidad de Ankara participó activamente en esta investigación completando un cuestionario basado en el objeto de estudio. Este instrumento fue diseñado con el propósito de describir el estudio de caso y las dinámicas resultantes en la formación de identidad, la socialización virtual y la percepción de la popularidad por parte de la muestra. Los hallazgos obtenidos ofrecen una visión concreta sobre el panorama digital entre los estudiantes de la Universidad de Ankara. Como resultado, este estudio no solo arroja luz sobre las posibles complejidades de la formación de la identidad digital, sino que también subraya la intrincada red de interacciones que influyen en las experiencias sociales de los jóvenes en estos entornos.

---

**ABSTRACT**

**Key words:**

In contemporary society, the influence of social media on young people, along with its impact on interpersonal dynamics and self-

---

<sup>a</sup> Autor de correspondencia.

---

TikTok, identity, teenagers, social media, Turkey.

perception, is classified as a pervasive phenomenon that not only shapes everyday interactions, but also significantly shapes the construction identity and virtual socialization patterns. In particular, TikTok has become a prominent platform for the younger population. Taking this into account, the present research focuses on the effects of TikTok on the identity construction and virtual socialization of students between 18 and 26 years old enrolled at the University of Ankara. To empirically address these objectives, a total of 30 students from Ankara University actively participated in this research by completing a questionnaire based on the object of study. This instrument was designed with the purpose of describing the case study and the resulting dynamics in identity formation, virtual socialization, and the perception of popularity by the sample. The findings obtained provide a concrete insight into the digital landscape among students at the University of Ankara. Consequently, this study not only sheds light on the complexities of digital identity formation but also emphasizes the intricate network of interactions that influence the social experiences of young individuals in these environments.

---

## **Introducción**

El uso de las redes sociales no ha dejado de crecer desde hace más de veinte años (Mendoza et al., 2015), teniendo un gran impacto en la sociedad y en su vida cotidiana. Hasta el punto de presentar una dualidad entre lo que son las personas dentro y fuera de las redes sociales. Por tanto, modificando las creencias, lo que se le da relevancia, e incluso la forma en que nos percibimos a nosotros mismos y las relaciones interpersonales que establecemos (Gómez et al., 2022). Un claro ejemplo del impacto de las redes sociales en nuestra vida cotidiana es el confinamiento debido a la pandemia de COVID-19. Debido a esta situación, las actividades académicas, sociales o de ocio se vieron afectadas y, por tanto, modificadas (Tablas & Torra, 2022). Debido al aislamiento, ha aumentado el consumo de redes sociales (Cívico et al., 2021).

En esta investigación, consideramos las redes sociales, tal y como las define Lozares (1996, p. 108), un conjunto bien definido de actores, ya sean individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc., vinculados a través de relaciones. En otras palabras, las redes sociales son un conjunto de plataformas que proporcionan servicios de comunicación, interacción y creación de contenidos a través de Internet de forma accesible para cualquier persona (Gómez et al., 2022).

La red social que será objeto de este estudio es TikTok ya que ha tenido un importante crecimiento, especialmente desde la pandemia, y actualmente cuenta con millones de descargas en Play Store y App Store. El objetivo de TikTok es crear vídeos de hasta tres minutos que se repiten en bucle, de forma similar a otras aplicaciones como Snapchat o Vine. También pueden grabar y compartir selfies-vídeos de sí mismos o de otras personas con música de fondo. También permite editar los vídeos antes de hacerlos públicos, ya que esta red social destaca por la variedad de filtros que ofrece. En TikTok existe una función de chat para interactuar con otros usuarios y una función de navegación para encontrar los vídeos más virales del momento (Tablas & Torra, 2022). Esto llama la atención sobre la influencia social de los jóvenes, ya que el 85% de los suscriptores de TikTok tienen entre 13 y 24 años (Avilés y Peralta, 2020).

Cuando entres en TikTok, encontrarás dos páginas principales: la página "Para ti" y la página "Siguiendo". En la página "Para ti" se pueden ver los TikToks que han sido seleccionados por un algoritmo y según los intereses de cada usuario (Tablas & Torra, 2022). En la página siguiente, sólo puedes ver TikToks de personas a las que sigues, a diferencia de la página "Para ti", donde puedes ver vídeos creados por personas a las que no sigues. En TikTok, gracias al algoritmo, los contenidos se viralizan con mucha más facilidad que en otras plataformas como Instagram (Tablas & Torra, 2022).

En cuanto a los algoritmos utilizados por TikTok, esta aplicación se caracteriza por tener el sistema de algoritmos más avanzado, concretamente en términos de engagement, tipos de interacción y contenido (Zhang et al., 2019; Iram & Aggarwal, 2020). Estos algoritmos contribuyen a hacer esta aplicación más adictiva en comparación con otras redes sociales. El término adicción a las redes sociales hace referencia a un comportamiento que se caracteriza por un deseo incontrolable e insaciable de estar constantemente en línea, descuidando otras áreas de la vida personal (Brailovskaia et al., 2020). Este tipo de adicción es más difícil de tratar debido a su naturaleza, es decir, es intangible. Es decir, las redes sociales recurren a algoritmos para hacer que los usuarios permanezcan más tiempo en ella, explotando el deseo de reconocimiento social y proporcionando refuerzos intermitentes para estimular el comportamiento compulsivo (Chien et al., 2023). En el caso de TikTok, otros factores de riesgo de uso adictivo son que el público es joven, de bajos ingresos y escasa formación (Huang et al., 2022). Los

investigadores sobre este tema consideran que no puede tratarse como una adicción a menos que se alcancen entre cinco y siete horas diarias, lo que sería perjudicial y podría afectar a la salud mental (Pato, 2023).

En general, los expertos reconocen que existe una relación de bucle cerrado entre la adicción a TikTok y la optimización de algoritmos (Zhao, 2021). Esto se materializa en que los usuarios parecen estar atrapados en una espiral de entretenimiento (Quin et al., 2022). Algunos estudios sobre la adicción a las redes sociales sugieren que existen ciertos factores externos que provocan este comportamiento, por ejemplo, factores técnicos (Hasan et al., 2018). Además, otros estudios sugieren la influencia de factores internos, como la experiencia del flujo, en el comportamiento adictivo. Se refiere a la sensación interna de disfrute, distorsión del tiempo y concentración (Zhao & Zhou, 2021).

En cuanto a los usuarios, esta red social es utilizada mayoritariamente por adolescentes que comparten sus experiencias, sentimientos o pensamientos con los que más de una persona puede sentirse identificada (Tablas & Torra, 2022). Por ello, muchos adolescentes se ven influenciados por este tipo de medios virtuales a la hora de formarse opiniones sobre sí mismos y sobre los demás (Navarrete et al., 2017).

En consecuencia, surge la necesidad de investigar la influencia que tiene TikTok en la construcción de la identidad en los adolescentes, que es más notoria en la escuela secundaria y especialmente durante la universidad, ya que los jóvenes están más expuestos a una variedad de factores que pueden cambiar los estilos de vida y creencias (Gómez et al., 2022). En este contexto, las redes sociales, concretamente TikTok, juegan un papel importante al ser consideradas las herramientas más utilizadas por los adolescentes para comunicar ideas entre grupos o de forma individual (Fuertes & Armas, 2018; Mendoza et al., 2015).

El periodo de la adolescencia se define en ciencia y psicología como "la transformación del desarrollo entre la infancia y la edad adulta que conlleva cambios físicos, cognitivos y psicosociales significativos en el individuo" (Papalia et al., 2009, p. 461). Esto implica cambios en diferentes esferas de la vida que influirán en su desarrollo posterior y en la formación de su identidad.

La adolescencia comienza y termina de forma diferente para cada individuo y es más tardía para los varones. Este periodo se considera una etapa de transición porque se produce una evolución en el aspecto físico, emocional, social e intelectual. Pero el individuo seguirá experimentando cierta evolución a lo largo de la vida (Tablas y Torra, 2022).

Sandoval (2018), por un lado, afirma que es un periodo de gran entusiasmo, vitalidad, deseo de autonomía, independencia del entorno familiar y ganas de encontrar oportunidades en el mundo. Pero, por otro lado, también afirma que es una etapa en la que el individuo presenta conflicto con el cuerpo, inestabilidad emocional relacionada con la búsqueda de su identidad, deseo de dejar de ser niño para crecer y ser reconocido como tal, y necesidad insatisfecha de tomar sus propias decisiones.

Papalia y Martorell (2017) afirman que respecto al desarrollo físico, el cambio es notorio, comienza la pubertad, y los principales riesgos giran en torno a problemas de conducta como los trastornos alimentarios o la drogadicción. En cuanto al desarrollo cognitivo, hay un desarrollo del razonamiento científico y del pensamiento abstracto, a veces madurez en la toma de decisiones y en algunos comportamientos. Por último, en el desarrollo psicosocial se observa la búsqueda de identidad y la influencia positiva y negativa del grupo social al que pertenecen (Tablas y Torra, 2022).

Para los propósitos de esta investigación, tomamos como base las concepciones de Marcia (1966), quien elaboró la propuesta de Erikson y argumentó que durante la

adolescencia no hay conclusión o confusión de la identidad, sino que el individuo explora y se compromete con la identidad en diversas áreas de la vida como la carrera, la política, las amistades o los roles sociales.

Así, durante la adolescencia, se produce una crisis de identidad al empezar a cuestionar los patrones de la infancia y asumir nuevos roles. En consecuencia, el apego a sus padres se desvanece y, por el contrario, comienzan a desarrollar relaciones más estrechas con adolescentes de características similares en busca de aceptación (Tablas y Torra, 2022). En esta etapa, la lealtad al grupo y a sí mismos es esencial porque cuando no forman una identidad clara, pierden lealtad y pueden ser rechazados fácilmente por el grupo (Robles, 2008).

La búsqueda por establecer esa identidad puede remontarse a los esfuerzos de los adolescentes por definirse y redefinirse a sí mismos, así como al reconocimiento por parte de los demás y a la comparación consigo mismos, tal y como expone Erickson (1968). Esto es clave durante esta época y en los primeros años de la edad adulta, ya que el reconocimiento de sí mismos les proporcionará seguridad para formar su propia identidad y la comparación con los demás puede llevarles a cambiar aspectos de su identidad. Además, Sandoval (2018) afirma que en esta etapa es muy relevante la opinión del entorno, y también es muy importante lo que los adolescentes piensan de sí mismos, cómo son percibidos y cómo sienten que son el centro de atención (Sandoval, 2018).

Marcia (1980) propone otra percepción muy interesante de la identidad a través de su teoría de las cuatro etapas o niveles de identidad: el primer nivel es la difusión de la identidad, todavía no han experimentado crisis de identidad y no se han adoptado creencias concretas. Más tarde, cuando empiezan a comprometerse con creencias u objetivos, pasan al segundo nivel, que está fuertemente determinado por la influencia social. Cuando atraviesan una crisis de identidad o una moratoria estarían en el tercer nivel. Por último, el cuarto nivel se produce una vez que la identidad ya está definida (Tablas y Torra, 2022).

La identidad según Marwick (2013) son todas las características que construimos socialmente en nuestras interacciones con las personas de nuestra vida. La identidad abarca los siguientes aspectos: subjetividad (cómo nos vemos a nosotros mismos); autorrepresentación (cómo nos presentamos a los demás) y representación (la forma en que se manifiestan los distintos aspectos de la identidad social y los medios de comunicación) (Tablas y Torra, 2022). Así, las redes sociales ocupan un espacio importante ya que se presentan como un espacio de compromiso y construcción de relaciones donde los jóvenes socializan e interactúan con otros (Zapatero, et al., 2009).

Marcia (1993) distingue cuatro estados de identidad marcados por la presencia o ausencia de crisis y compromiso. Por crisis entiende el periodo de toma de decisiones conscientes en relación con la construcción de la identidad. Estas cuatro esferas son las siguientes:

1. Consecución de la identidad (la crisis lleva al compromiso): se produce una crisis y después se toman una serie de decisiones con las que el individuo se compromete, en este periodo se exploran alternativas. El individuo es capaz de identificarse con los valores que ha elegido tras conocer las distintas posibilidades que tiene a su alcance. Esta esfera es la culminación ideal del proceso de identificación personal (Tablas y Torra, 2022).

2. Moratoria (crisis sin compromiso): en este estado se experimenta un proceso de exploración pero los compromisos son vagos o inexistentes. Trabajan por el compromiso, pero la lucha por hacer realidad su identidad es contradictoria. Alternan entre la rebelión y la sumisión (Tablas y Torra, 2022).

3. Exclusión (compromiso sin crisis): en este caso la persona acepta las posiciones ideológicas de su tutor ya que no se compromete a elegir entre las distintas alternativas que le ofrece la vida sino que se compromete con el proyecto que otra persona estableció para su vida. Así, la identidad se adopta a través de la asimilación de normas, valores e ideologías de otras personas (Tablas y Torra, 2022).

4. Difusión de la identidad (sin compromiso ni crisis): en este caso el individuo experimenta poca o ninguna crisis de identidad y ningún compromiso (Tablas y Torra, 2022).

Gracias a lo anteriormente expuesto en relación a la identidad, podemos determinar que es el factor principal entre dos acciones esenciales para el equilibrio psíquico de cualquier ser humano. La primera está relacionada con dar una imagen positiva de sí mismo y la segunda con adaptarse al entorno en el que vive la persona (Velasco, 2002, p. 4). En cuanto al segundo, debido a Internet, el entorno social se ha trasladado al entorno virtual, que es accesible a todos, y que también permite crear una identidad a través de sus herramientas en línea. Por lo tanto, permite a los adolescentes mostrar lo que han aprendido y los hace creativos y libres para expresar lo que quieren (Gómez et al., 2022).

El hecho de que el entorno social se haya trasladado al entorno virtual ha supuesto que la búsqueda y creación de identidad también se haya trasladado al espectro virtual. Este concepto de identidad virtual en las redes sociales se refiere a la forma en que los usuarios establecen similitudes de acuerdo con ciertas tendencias que trae consigo el entorno virtual. Esto les permite publicar, modificar o eliminar la información que se presenta sobre ellos a través de la identidad virtual que ofrecen las redes sociales (Rojas, 2020).

Asimismo, Tuğtekin y Dursun (2020) afirman que las identidades virtuales en las redes sociales son las herramientas tecnológicas más poderosas en la era digital en la que vivimos.

En el ámbito de la comunicación digital contemporánea, la construcción de la identidad adquiere un carácter polifacético e intrincado. La rápida proliferación de plataformas como TikTok, Instagram y Snapchat, entre otras, ha modificado considerablemente la forma en que las personas se perciben a sí mismas y son percibidas por los demás. Las observaciones de Eftimie (2019) sobre la relevancia de la comunicación virtual en la comprensión de la identidad en el siglo pasado siguen siendo válidas hoy en día, con implicaciones aún más pronunciadas.

El fenómeno de la comunicación virtual, especialmente en plataformas como TikTok, es emblemático de la compleja relación de la era contemporánea entre la formación de la identidad y los medios digitales. El intercambio continuo de contenidos generados por los usuarios, a menudo caracterizados por breves videoclips en TikTok, no sólo refleja la autopresentación de un individuo, sino que también sirve como medio para comprometerse con la propia identidad y darle forma dentro de un contexto social más amplio. Galindo (2019) destaca el papel de plataformas como TikTok en el fomento de nuevas culturas y la socialización entre los adolescentes. Estas plataformas desempeñan un papel decisivo en la formación de su identidad, en su lucha por la popularidad y el reconocimiento entre sus iguales. Este fenómeno subraya el carácter dinámico de la construcción de la identidad en la era digital.

La influencia de estos entornos digitales en el desarrollo de las identidades virtuales de los individuos y su impacto en las dinámicas sociales del mundo real son temas de creciente interés (Tuğtekin & Dursun, 2020).

En este contexto, es vital que los estudiosos y la sociedad en general comprendan la dinámica y los riesgos potenciales asociados a TikTok y la construcción de la identidad, especialmente entre los jóvenes que se encuentran en una etapa de la vida en la que la exploración de la identidad es primordial. El panorama digital ofrece tanto oportunidades de autoexpresión como posibilidades de manipulación de la identidad, lo que exige un enfoque matizado en la investigación y la educación para navegar eficazmente por este terreno en constante evolución.

## **Método**

### ***Objetivos***

El objetivo principal de esta investigación es analizar la utilización de la red social TikTok y su impacto en la construcción de la identidad y la socialización virtual entre los estudiantes de 18 a 26 años de la Universidad de Ankara. Para ello, se ha empleado un enfoque cuantitativo, siguiendo los procesos secuenciales y probatorios señalados por Hernández (2014).

### ***Procedimiento***

Este estudio adopta un diseño transversal, empleando las variables elegidas en un momento concreto del tiempo. El ámbito de la investigación es descriptivo, que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y acontecimientos. Así, esta investigación pretende delinear las propiedades, características y perfiles de los individuos en el grupo de edad especificado (Hernández-Sampieri et al., 2010, p.80). Por tanto, sólo pretende medir o recoger información sobre las variables objeto de estudio (Hernández-Sampieri et al., 2010, p.80).

### ***Participantes***

La población objetivo está formada por estudiantes de entre 18 y 26 años de la Universidad de Ankara. La muestra consta de 30 participantes que fueron seleccionados mediante muestreo de conveniencia, lo que implica que la muestra no es probabilística y, por tanto, los datos no son generalizables al resto de la población. Se aplicaron criterios de exclusión para excluir a los menores de 18 años o mayores de 26, los no usuarios de TikTok y los no matriculados en la Universidad de Ankara. Los criterios de inclusión incluían a estudiantes pertenecientes a la Universidad de Ankara, entre los rangos de edad mencionados, de ambos sexos y usuarios habituales de TikTok.

### ***Instrumentos***

Para recoger los datos se elaboró una encuesta estructurada (10.6084/m9.figshare.24783279), organizada en tres secciones en función de las variables consideradas:

1. Características demográficas
2. Uso de TikTok: Esta sección consta de cinco preguntas, que incluyen información demográfica como el sexo y la edad. También se pregunta a los participantes por sus principales redes sociales y por la duración del uso de TikTok.
3. Identidad virtual, socialización virtual y popularidad: La segunda parte incluye cinco preguntas con respuestas de opción múltiple, excepto la variable de popularidad, que permite seleccionar más de una respuesta.

## Resultados

En la siguiente sección se esbozan las principales conclusiones derivadas del instrumento de encuesta, arrojando luz sobre los matices del uso de TikTok, la identidad virtual, la socialización virtual y la popularidad entre el grupo seleccionado de estudiantes de la Universidad de Ankara con edades comprendidas entre los 18 y los 26 años.

### *Características de la población*

En cuanto a la demografía, se tuvieron muy en cuenta factores como el sexo y la edad (Tabla 1). Esta investigación presenta una notable distribución por sexos, con una mayor participación de los varones, que constituyen el 60% de la investigación. Además, si se examina la distribución por edades dentro de la franja designada de 18 a 26 años, se observa un patrón distinto. El grupo de edad que demostró un mayor compromiso fue el de las personas de entre 21 y 23 años, que constituían el 50% de los participantes. Por el contrario, la franja de edad de 24 a 26 años presenta la tasa de participación más baja, con un 13,33%.

**Tabla 1**

*Características de la población*

Características de la población		
Género	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	12	40%
Hombre	18	60%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>
Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-20	11	36,67%
21-23	15	50%
24-26	4	13,33%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

### *Descripción del uso de la red social Tik Tok*

Para profundizar en los hábitos de los jóvenes en TikTok preguntamos por la variable que se muestra en la Tabla 2. Los resultados revelan que Instagram es la opción predominante entre los encuestados, con un importante 56,67% que utiliza la plataforma y le dedica una parte significativa de su tiempo. Por el contrario, TikTok va a la zaga de Instagram, captando la atención del 30% de los encuestados.

Cuando se profundiza en el tiempo que se pasa en TikTok, cabe destacar que el 50% de los usuarios pasan en la plataforma entre 1 y 2 horas al día. Mientras que el 14,3%, que representa el porcentaje más bajo, pasa más de 2 horas en esta red social.

Además, un aspecto convincente para nuestro estudio es el fenómeno de desorientación temporal experimentado por los usuarios en TikTok, donde un sorprendente 83,33% de los encuestados admitió perder la noción del tiempo mientras estaba inmerso en esta red social.

**Tabla 2**

*Descripción del uso de Tik Tok*

<b>Descripción del uso de Tik Tok</b>		
<b>Uso de las redes sociales</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Instagram	17	56,67%
Twitter	4	13,33%
TikTok	9	30%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>
<b>Horas de uso de TikTok</b>		
<1 hora	10	35,71%
1-2 horas	14	50%
>2 horas	4	14,3%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>93,33%</b>
<b>Perder la noción del tiempo by TikTok</b>		
Sí	25	83,33%
No	5	16,67%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

### ***Socialización virtual***

Una vez conocidos los datos demográficos y de uso, procedimos a analizar la siguiente variable: la socialización virtual. Este aspecto engloba tres respuestas distintas. El primero denota un bajo nivel de socialización, lo que indica que los individuos jóvenes se abstienen de interactuar con quienes están fuera de sus círculos sociales conocidos. El segundo representa un nivel moderado de socialización, lo que significa interacciones ocasionales con personas desconocidas. El tercero caracteriza un alto nivel de socialización, en el que los encuestados se relacionan activamente con personas que no conocen a través de la red social.

Como muestra la Tabla 3, un 73,33% de los estudiantes universitarios muestra un bajo nivel de socialización virtual. Esto implica que utilizan la red social principalmente para consumir vídeos, limitando las interacciones a su círculo de amigos y evitando relacionarse con otras personas.

**Tabla 3***Socialización virtual*

<b>Socialización virtual</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 (Nivel bajo)	22	73,33%
2 (Nivel moderado)	6	20%
3 (Nivel alto)	2	6,67%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Identidad**

En el contexto de la creación de una identidad virtual, los datos presentados en la Tabla 4 y la Tabla 5 arrojan luz sobre los factores que influyen en el desarrollo de este personaje en línea. En concreto, el 56,67% de la muestra seleccionada en la Universidad de Ankara reconoció haber asimilado activamente valores de los vídeos encontrados en la red social. Además, una parte significativa de este grupo demográfico admite haber modificado sus puntos de vista sobre diversos temas basándose en los contenidos consumidos a través de esta plataforma.

**Tabla 4***Adquisición de valores*

<b>Adquisición de valores</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	17	56,67%
No	13	43,33%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Por otro lado, en la Tabla 5, más de la mitad de los alumnos, concretamente el 70%, han afirmado que algunos de sus hábitos y comportamientos se ven reflejados en los vídeos que ven en TikTok e incluso han confirmado que ellos mismos podrían hacer algunos de los vídeos que han visto en la página "Para ti" de esta red social.

**Tabla 5**

*Reflejo de tus comportamientos en "For You" de TikTok*

Reflejo de tus comportamientos en TikTok's "Para ti"		
	Frecuencia	Porcentaje
Sí	21	70%
No	9	30%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

### Popularidad

El objetivo de la variable popularidad es averiguar cómo afecta a la autoestima y la confianza de los jóvenes el carácter viral de uno o varios de los vídeos subidos a su perfil. En este caso, sólo respondieron a la encuesta quienes tenían vídeos virales. Como puede verse en el Tabla 6, se propusieron cinco respuestas para abordar esta variable. En la respuesta uno, la viralización de uno o varios de los vídeos del encuestado aumentó su autoestima y confianza. En la respuesta dos, el encuestado opinaba lo mismo de siempre, no afectaba a su percepción de la popularidad. En la respuesta tres, sintió que destacaba en algo y así llamó la atención de los demás. En la respuesta cuatro, el estudiante se sintió reconocido por los demás gracias al vídeo viral que subió. Por último, la respuesta cinco hace referencia a que quería subir más vídeos para hacerse viral y popular en el mundo de TikTok.

Una vez conocidas las posibles respuestas planteadas en la encuesta, cabe destacar que el 35% de los jóvenes afirman que cuando suben un vídeo y se hace viral, sienten lo mismo de siempre. No afectó a su autoestima ni a su confianza. Sin embargo, el 15% quería subir más vídeos para hacerse viral y aumentar su popularidad en esta red social. También cabe destacar que otro 15% de los encuestados afirma que cuando sube un vídeo y éste se hace viral, su autoestima y confianza aumentan gracias al reconocimiento que sienten por parte de otros usuarios de esta red social.

**Tabla 6**  
*Popularidad*

<b>Popularidad</b>		
	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 (La viralización de uno o más vídeos del encuestado aumentó su autoestima y confianza)	3	15%
2 (El encuestado se sentía igual que siempre)	7	35%
3 (El encuestado sentía que destacaba en algo y llamaba la atención de los demás)	4	20%
4 (El encuestado se sintió reconocido por los demás gracias al vídeo viral que subió)	3	15%
5 (El encuestado quería subir más vídeos para hacerse viral y más popular)	3	15%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

## Debate y conclusiones

El objetivo principal de esta investigación era explorar la influencia de la red social TikTok en la construcción de la identidad, la socialización virtual y la popularidad en la muestra seleccionada. Es decir, 30 estudiantes de la Universidad de Ankara, con edades comprendidas entre los 18 y los 26 años. A través de un análisis detallado de las características demográficas, el uso de TikTok, la socialización virtual, la construcción de la identidad y la popularidad percibida, tratamos de comprender los matices de la interacción de estos factores en la vida de los estudiantes universitarios que utilizan esta red social.

Para empezar, en cuanto a las características de la muestra, los resultados revelan una mayor participación de los varones y un pico de actividad entre los 21 y los 23 años. Este resultado confirma estudios anteriores como el de Avilés y Peralta (2020), que afirma que el 85% de los suscriptores de TikTok tienen entre 13 y 24 años. O el estudio de Gómez et al. (2022), en el que afirman que la influencia de TikTok en la construcción de la identidad es más notable en la escuela secundaria y la universidad porque los jóvenes están más expuestos a diversos factores que pueden modificar sus creencias.

En cuanto al uso de TikTok, destaca la importante cantidad de tiempo que se pasa en la plataforma. El 50% de los usuarios pasan entre 1 y 2 horas al día, lo que indica que no son adictos a las redes sociales según Pato (2023). Sin embargo, esta red social anima a los usuarios a pasar horas y horas viendo vídeos debido a su algoritmo y al formato de vídeo corto, como explica Todorovich (2021). Añadió que el algoritmo conoce los gustos y utiliza esta información para que los usuarios permanezcan el mayor tiempo posible en la aplicación. Así que, sin duda, la posible dependencia podría intensificarse con el tiempo. Aunque Instagram es la red social más utilizada por los jóvenes (56,67 %), se espera que el crecimiento exponencial que está experimentando TikTok posiblemente desbanque a Instagram entre los jóvenes en unos años debido al formato de esta red social. Del mismo

modo, la eficacia del algoritmo para retener a los usuarios en la aplicación queda patente en el hecho de que el 83,33% de los encuestados afirmaron haber perdido la noción del tiempo al utilizar Tik Tok.

En cuanto a la socialización virtual, el predominio de un bajo nivel de interacción (73,33%) indica una preferencia por limitar las interacciones al círculo conocido. Esto coincide con los resultados hallados por Davis (2013), que confirman que los estudiantes utilizan las redes sociales para comunicarse y mantenerse en contacto con sus amigos (es decir, su círculo conocido). Sin embargo, la preponderancia de un bajo nivel de socialización contradice hallazgos previos que sugieren un mayor grado de interacción y presentan las redes sociales como un espacio para el compromiso y la construcción de relaciones (Zapatero et al., 2009).

En cuanto a la identidad virtual, se puede dilucidar una posible influencia de Tik Tok en la identidad virtual. Más del 50% de los encuestados asimilan valores y cambian perspectivas en función del contenido de la plataforma. Esto coincide con Gómez et al. (2022) que las redes sociales ejercen tanto control en la vida de las personas que incluso modifican las creencias, lo que se da relevancia o cómo nos percibimos a nosotros mismos. Y, por lo tanto, apoya la idea de que las interacciones y la visualización de contenidos en línea influyen en la formación de la identidad de los jóvenes (Tuğtekin & Dursun, 2020). Asimismo, los resultados de esta variable apoyan la afirmación de Erickson (1968) de que la formación de la identidad virtual puede remontarse a los esfuerzos de los jóvenes por definirse a sí mismos, compararse con los demás y buscar el reconocimiento de los demás. Y pueden llegar a ver la opinión de los demás como un refuerzo o un castigo por su comportamiento Erickson (1968). Esto significa que sus valores y pensamientos pueden verse influidos y moldeados por las cuentas de TikTok que consumen. Así, también se ratifica la idea de que la interacción virtual se combina con la creación del estatus social y las características de personalidad de los individuos, mostrando que tienen un efecto sobre las identidades virtuales manipulables y su desarrollo (Tuğtekin & Dursun, 2022).

En cuanto a la popularidad, el 15% experimentó un aumento de su autoestima al conseguir vídeos virales y otro 15% expresó su deseo de compartir más contenidos virales para aumentar su popularidad. Así que, por un lado, esto confirma lo que afirma Sandoval (2018) sobre la importancia de las opiniones del entorno y lo que los adolescentes piensan de sí mismos, cómo son percibidos y cómo se sienten el centro de atención. Pero, por otro lado, un dato significativo es que el 35% de nuestra muestra afirmó que la viralización de uno de sus vídeos no afectó a su confianza ni a su autoestima. Esto contrasta con lo que afirma Galindo (2019), ya que los jóvenes encuestados sí buscan atención, pero no buscan popularidad y reconocimiento. Es decir, no se esfuerzan por hacerse un hueco privilegiado en su mundo interactivo en línea mediante la creación y difusión de vídeos virales.

A pesar de los éxitos conseguidos, es crucial reconocer las limitaciones de esta investigación, en particular el pequeño tamaño de la muestra, 30 participantes. En consecuencia, los datos carecen de la solidez estadística necesaria para realizar generalizaciones significativas, por lo que la muestra no es representativa de la población en general. Además, cabe mencionar que la investigación pretende describir un estudio de caso (estudiantes de la Universidad de Ankara), lo que implica que las conclusiones son relativas a los datos del estudio y, por tanto, sólo se aplican a esos participantes. Aunque los resultados no son extrapolables, hay que señalar que satisfacen el objetivo de la investigación. Estas limitaciones sugieren la necesidad de futuras investigaciones con muestras más diversas y métodos mixtos para obtener una comprensión más completa y objetiva.

En cuanto a las perspectivas futuras, se sugieren estudios comparativos entre diferentes grupos de edad, culturas y contextos universitarios para ampliar la comprensión de cómo TikTok y otras plataformas pueden influir en la construcción de la identidad y la socialización virtual. Además, sería valioso seguir explorando las experiencias subjetivas de los usuarios para captar matices y complejidades que no se han abordado plenamente en este estudio.

## Financiación

Este estudio cuenta con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado "Youtubers e Instagramers: Competencia mediática en prosumidores emergentes" con código RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y el proyecto de I+D+i (2020-2022) titulado "Instagramers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. Alfabetización mediática de los instatubers", con código P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía, en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

## Referencias

- Avilés-Tapia, K., & Peralta-Chiriguay, E. (2019-2020). *Análisis comunicacional de la Red Social "TikTok" y su influencia en la construcción de Identidad cultural en adolescentes de 13 a 17 años en el cantón Daule* [Trabajo Fin de Máster]. Universidad de Guayaquil. <https://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/52955>
- Brailovskaia, J., Schillack, H., & Margraf, J. (2020). Tell me why are you using social media (SM)! Relationship between reasons for use of SM, SM flow, daily stress, depression, anxiety, and addictive SM use: An exploratory investigation of young adults in Germany". *Computers in human behavior*, 113, 106511. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106511>
- Cáceres-Zapatero, M. D., Ruiz-San Román, J. A., & Brändle Seán, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *Cuadernos de información y comunicación*, 14, 213-231. <https://bit.ly/41xT3uF>
- Cívico Ariza, A., Cuevas Monzonís, N., Colomo Magaña, E., & Gabarda Méndez, V. (2021). Young people and problematic use of technologies during the pandemic: a family concern. Hachetepé. *Scientific Journal of Education and Communication*, 22, 1204. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2021.i22.1204>
- Tablas, J. V., & Torra, S. A. (2022). *Tik Tok y su influencia en la construcción de la identidad en jóvenes* [Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Bucaramanga]. <https://bit.ly/47QPWw9>
- Chien-Po, L; Chien-Yuan, S., & Yu-Hsi, L. (2023). Progress and future directions for research on social media addiction: Visualization-based bibliometric analysis. *Telematics and informatics*, 80, 101968. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101968>

- Davis, K. (2013). Young people's digital lives: The impact of interpersonal relationships and digital media use on adolescents' sense of identity. *Computers in Human Behavior*, 29, 2281-2293. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.022>
- Eftimie, S. (2018). Social Networks' Use on Adolescents and Young People. *Jus et Civitas: A Journal of Social and Legal Studies*, 5(2), 39-44. <https://bit.ly/3GBfDc3>
- Erikson, E.H. (1968). Psychosocial identity. In *Encyclopedia of Social Sciences*. Crowell-Collier.
- Fuertes, J., y Armas, L. (2018). Adolescentes adictos a redes sociales y tecnología. *Horizontes de Enfermería*, 7, 155-166. <https://doi.org/10.32645/13906984.163>
- Galindo, R. (2019). *Las redes sociales de internet y habilidades sociales con la convivencia escolar en los adolescentes* [Tesis de Posgrado en educación, Universidad Cesar Vallejo]. <https://bit.ly/3iPmL7f>
- Gómez, D. M., Arias, Z. A., & Garay, L. N. (2022). *Efecto del uso de la red social Tik Tok en la formación de identidad virtual, popularidad y socialización virtual en adolescentes* [Tesis doctoral]. <https://bit.ly/3uVulll>
- Hasan, M. R., Jha, A. K., & Liu, Y. (2018). Excessive use of online video streaming services: impact of recommender system use, psychological factors, and motives. *Comp. Hum. Behav.* 80, 220-228. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.020>
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, M. P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Hernández-Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Huang, Q., Mingxin, H., & Hongliang, C. (2022). Exploring stress and problematic use of short-form video applications among middle-aged chinese adults: The mediating roles of duration of use and flow experience. *International journal of environmental research and public health*, 19 (1), 132. <https://doi.org/10.3390/ijerph19010132>
- Iram, A., y Aggarwal, H. (2020). Time series analysis of pubg and tiktok applications using sentiments obtained from social media-twitter. *Advances in Mathematics: Scientific Journal*, 9, 4047-4057. <https://doi.org/10.37418/amsj.9.6.86>
- Lozares, C. (1996). La teoría de las redes sociales. *Revista de Sociología*, 48, 103-123. <https://doi.org/10.5565/rev/papers/v48n0.1814>
- Marcia, J. (1966). Identity, psychosocial development, and counseling. <https://bit.ly/3tdIKPu>
- Marcia, J. E. (1980). *Identity in adolescence*. Wiley.
- Marcia, J. E. (1993). The Status of the Statuses: Research Review. En Marcia, J. E., Waterman, A. S., Matteson, D. R., Archer, S. L., & Orlofski, L. *Ego identity*. Springer-Verlag.
- Marwick, A. (2013). Online identity. In J. Hartley, J. Burgess, and A. Bruns (Eds.), *Companion to new media dynamics*. Wiley-Blackwell.
- Mendoza, H., Zambrano, K., & Alcívar, E. (2015). Influencia de las redes sociales en la identidad personal de los universitarios chonenses. *Dominio de las Ciencias*, 1(1), 75-84. <https://bit.ly/3U0CuWb>
- Navarrete-Villanueva, D., Castel-Feced, S., Romanos-Calvo, B., & Bruna-Barranco, I. (2017). Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: una revisión bibliográfica. *Revista Iberoamericana de Psicología y Salud*, 255-267. <https://bit.ly/3t3F2ll>
- Papalia, D., y Gabriela, M. (2017). *Desarrollo humano*. McGraw Hill.
- Papalia, D. E., Wendkos, S., & Duskin, R. (2009). *Psicología del desarrollo de la infancia a la adolescencia*. McGrawHill.

- Pato, S. (2023, 28 de abril). ¿A partir de cuántas horas de uso se te considera adicto al móvil? *Diario Público*. <http://bit.ly/48DNGMS>
- Robles, B. (2008). La infancia y la niñez en el sentido de la identidad. Comentarios en torno a las etapas de la vida de Erik Erikson. *Revista Mexicana de pediatría*, 75(1), 29-34. <https://bit.ly/3REIFxP>
- Rojas, G. (2020). *Uso de la red social Tik Tok y habilidades sociales en jóvenes de 13 a 24 años del distrito Callao-Cercado* [Tesis de Grado]. <https://bit.ly/41hL0Si>
- Sandoval, S. A. (2018). *Psicología del desarrollo Humano*. Universidad Autónoma de Sinaloa. <https://bit.ly/3NmEXX8>
- Todorovich, E. (2021). La pandemia de las Redes sociales. *Empresas y Servicios de Ingeniería*, 17, 89-97. <https://bit.ly/3RDeU0j>
- Tuğtekin, E. B., y Dursun, Ö. Ö. (2020). Examining virtual identity profiles of social network users with respect to certain variables. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi*, 10(2), 427- 464. <https://doi.org/10.14527/pegegog.2020.015>
- Velasco, E. (2002). *El concepto de identidad*. Fuhem.
- Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form video application addiction: socio-technical and attachment perspectives. *Telemat. Informar.* 42, 101243. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101243>
- Zhao, Z. (2021). Analysis on the douyin (Tiktok) mania phenomenon based on recommendation algorithms. *E3S Web de Conferencias*, 235, 03029. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202123503029>
- Zhao, N., y Zhou, G. (2021). COVID-19 stress and addictive social media use (SMU): mediating role of active use and social media flow. *Front. Psychiatry*, 12, 635546. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.635546>

**RELACIÓN ENGAGEMENT Y LA DESERCIÓN ACADÉMICA EN LOS MOOCS:  
SÍNTESIS DE UNA INVESTIGACIÓN EXPO FACTO  
RELATIONSHIP ENGAGEMENT AND ACADEMIC DROPOUT IN MOOCS: SYNTHESIS  
OF AN EXPO FACTO RESEARCH**

**Odiel Estrada Molina**

Universidad de Valladolid, España

([odiel.estrada@uva.es](mailto:odiel.estrada@uva.es)) (<https://orcid.org/0000-0002-0918-418X>)

---

**Información del manuscrito:**

**Recibido/Received:** 09/04/2024

**Revisado/Reviewed:** 30/04/2024

**Aceptado/Accepted:** 02/05/2024

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

engagement, educomunicación,  
deserción académica

El estudio del engagement del estudiantado en el contexto de los MOOCs cobra vital importancia en la comunidad científica de la educación superior y posgraduada pues contribuye a elevar el rendimiento académico. Sin embargo, es conocido a nivel internacional su alta deserción académica. Por tal motivo, los objetivos de este estudio son determinar a partir de un estudio teórico cuáles son las variables del engagement que influyen en la deserción académica en los MOOCs y, describir a partir del análisis de un cuestionario las valoraciones de los docentes participantes. Para ello se plantearon las siguientes preguntas de la investigación: ¿cuáles son las variables más estudiadas desde el engagement para contribuir a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs? ¿Cuáles son, a criterios de docentes universitarios, las variables que contribuyen a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs? Para lograr los objetivos, se desarrolló una investigación mixta (revisión sistemática y una encuesta) y se diseñaron y validaron instrumentos para la obtención de información. La muestra de tipo intencional, la conformaron profesores universitarios de dos países. Los resultados muestran que las principales variables son: la privacidad de los datos; el diseño de foros, la democratización de la educación, la gamificación, la satisfacción y, la calidad percibida. Se concluye el artículo con recomendaciones didácticas y pedagógicas para desarrollar el engagement.

**ABSTRACT**

**Keywords:**

engagement, edu-communication,  
acadabmic dropout,

The study of student engagement in the MOOCs context is very important in the scientific community of higher and postgraduate education as it contributes to improving academic performance. However, its high academic dropout rate is known internationally. For this reason, the objectives of this study are to determine, based on a theoretical study, which engagement variables influence academic dropout in MOOCs, and to describe, based on the analysis of a questionnaire, the evaluations of the participating teachers. To achieve this end, the following research questions were posed: What are the most studied variables regarding engagement that contribute to reducing the dropout rate in MOOCs? What, in the opinion of university professors, are the variables that

contribute to reducing the dropout rate in MOOCs? To achieve these objectives, a mixed research approach (systematic review and survey) was implemented, and instruments were designed and validated to obtain information. The intentional sample was comprised of university professors from two countries. The results showed that the main variables are data privacy, the design of forums, education democratization, gamification, satisfaction, and perceived quality. The article concludes with didactic and pedagogical recommendations to enhance engagement.

---

## **Introducción**

Los cursos en línea masivos y abiertos (en adelante MOOCs, siglas en inglés) siguen en aumento por la necesidad de ofertas de superación profesional y laboral. Si bien existen diversidad de terminologías tales como: cMOOC, madeMOOC, xMOOCs (eXtendedMOOCs) adaptiveMOOCs, synchMOOCs, gMOOC, tMOOC (transferMOOC), sMOOC (Social Massive Open Online Course), o el iMOOC (intelligent MOOC) por tendencia, las investigaciones empíricas utilizan el término MOOCs (Mellati & Khademi, 2020) con sus diversas pedagogías y tecnologías emergentes (Estrada-Molina et al., 2024; Ratnasari et al., 2024).

Son una herramienta educativa por varias razones (Mellati & Khademi, 2020; Fernández Alemán & Estrada-Molina, 2024; Williams, 2024), por ejemplo

- Acceso global: Los MOOCs permiten a cualquier persona con acceso a internet participar en cursos impartidos por instituciones de renombre de todo el mundo. Esto democratiza el acceso a la educación de calidad, eliminando barreras geográficas y económicas (Silva & Lisboa, 2024).
- Flexibilidad: Los MOOCs ofrecen flexibilidad en cuanto a horarios y ubicación. Los estudiantes pueden acceder al contenido del curso en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que les permite adaptar el aprendizaje a sus propias necesidades y compromisos (Rahimi & Cheraghi, 2022).
- Variedad de temas: Los MOOCs cubren una amplia gama de temas, desde ciencias y tecnología hasta humanidades y artes. Esto permite a los estudiantes explorar nuevos campos de estudio o desarrollar habilidades específicas relevantes para su carrera profesional o intereses personales (Lazarinis et al., 2024).
- Aprendizaje interactivo: Muchos MOOCs utilizan tecnologías interactivas, como videos, cuestionarios, foros de discusión y tareas prácticas, para fomentar la participación de los estudiantes y mejorar la retención del conocimiento (Saputro et al., 2024).
- Actualización constante: Dado que los MOOCs son impartidos por instituciones académicas y expertos en diversos campos, el contenido de los cursos suele estar actualizado y reflejar los últimos avances y tendencias en cada área de estudio (Turan & Yilmaz, 2024).
- Desarrollo de habilidades: Los MOOCs no solo proporcionan conocimientos teóricos, sino que también ofrecen oportunidades para el desarrollo de habilidades prácticas y profesionales, como programación, diseño gráfico, gestión empresarial, entre otras (Florou et al., 2024).

En resumen, los MOOCs son importantes porque democratizan el acceso a la educación de calidad, ofrecen flexibilidad y variedad de temas, fomentan el aprendizaje interactivo, mantienen el contenido actualizado y promueven el desarrollo de habilidades relevantes para el mercado laboral actual.

Los MOOCs han transformado la comunicación educativa o educomunicación al introducir nuevos modelos de enseñanza y aprendizaje que aprovechan las herramientas digitales y las plataformas en línea (Mena et al., 2024). Algunos aspectos destacados sobre los MOOCs desde la perspectiva de la comunicación educativa son:

- Interacción global: Los MOOCs permiten una interacción global entre estudiantes y profesores de todo el mundo. Esto enriquece el proceso de aprendizaje al exponer a los participantes a diversas perspectivas culturales, experiencias y conocimientos (Rulinawaty et al., 2023).
- Comunicación bidireccional: A través de herramientas como foros de discusión, salas de chat y videoconferencias, los MOOCs fomentan la comunicación

bidireccional entre estudiantes y facilitadores. Esto crea un entorno de aprendizaje colaborativo donde los participantes pueden hacer preguntas, intercambiar ideas y recibir retroalimentación directa (Duan & Wu, 2023).

- Personalización del aprendizaje: Al permitir que los estudiantes accedan al contenido del curso en cualquier momento y desde cualquier lugar, los MOOCs brindan la oportunidad de personalizar el proceso de aprendizaje según las necesidades individuales. Los participantes pueden avanzar a su propio ritmo y revisar el material tantas veces como sea necesario para comprenderlo completamente (Cheng, 2023).
- Uso de medios multimedia: Los MOOCs aprovechan una variedad de medios multimedia, como videos, infografías, animaciones y simulaciones, para presentar el contenido de manera visualmente atractiva y efectiva. Esto mejora la retención del conocimiento y el compromiso de los estudiantes con el material (Wei et al., 2023).
- Evaluación continua: A través de cuestionarios en línea, tareas prácticas y proyectos grupales, los MOOCs ofrecen oportunidades para evaluar el progreso de los estudiantes de manera continua a lo largo del curso. Esta retroalimentación regular ayuda a los participantes a identificar áreas de mejora y a mantenerse motivados en su aprendizaje (Eglseer, 2023).
- Aprendizaje social: Los MOOCs fomentan el aprendizaje social al conectar a los estudiantes con una comunidad global de compañeros con intereses y objetivos similares. Esto facilita la colaboración, el intercambio de recursos y la construcción de redes profesionales que pueden perdurar más allá del curso en sí (Molina, 2023).

Los MOOCs han revolucionado la comunicación educativa al ofrecer nuevas formas de interacción, personalización, presentación de contenido y evaluación que enriquecen el proceso de aprendizaje y promueven la participación activa de los estudiantes.

En este campo educativo de la educación superior y posgraduada, una de las líneas de investigación es la disminución de la deserción académica en los MOOCs, siendo una de sus variantes educativas el estudio del engagement (Anghel et al., 2023).

El engagement, o compromiso, juega un papel fundamental en los MOOCs, ya que es un factor clave para el éxito del aprendizaje en línea. Algunas formas en las que se relacionan el engagement y los MOOCs son:

- Interactividad del curso: Los MOOCs pueden ofrecer una variedad de actividades interactivas, como videos, cuestionarios, foros de discusión y tareas prácticas, que fomentan la participación activa de los estudiantes. Estas actividades mantienen a los participantes comprometidos con el contenido del curso y promueven una mayor retención del conocimiento (Gamage et al., 2020).
- Personalización del aprendizaje: Los MOOCs permiten a los estudiantes acceder al contenido del curso en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que les brinda la flexibilidad para adaptar el aprendizaje a sus propias necesidades y preferencias. Esta personalización aumenta el engagement al permitir que los participantes sigan su propio ritmo y enfoquen en los temas que les resultan más relevantes e interesantes (Cheng, 2023).
- Feedback y retroalimentación: Los MOOCs ofrecen oportunidades para recibir feedback y retroalimentación tanto de los facilitadores del curso como de otros participantes. Esta retroalimentación constante ayuda a los estudiantes a evaluar su progreso, identificar áreas de mejora y mantenerse motivados en su aprendizaje (Dalipi et al., 2021).

- **Aprendizaje colaborativo:** Los MOOCs facilitan el aprendizaje colaborativo al conectar a los estudiantes con una comunidad global de compañeros con intereses y objetivos similares. Esto promueve la interacción social, el intercambio de ideas y la construcción de redes profesionales que pueden aumentar el engagement y enriquecer la experiencia de aprendizaje (Sastre et al., 2018).
- **Gamificación:** Algunos MOOCs utilizan técnicas de gamificación, como puntos, niveles y recompensas, para motivar a los estudiantes y aumentar su engagement con el curso. Estas estrategias convierten el aprendizaje en una experiencia más divertida y gratificante, lo que puede mejorar la participación y el rendimiento académico (Gené et al., 2014).

El engagement es fundamental para el éxito de los MOOCs, ya que promueve una participación activa, una mayor retención del conocimiento y una experiencia de aprendizaje más satisfactoria para los estudiantes. Los MOOCs ofrecen una variedad de herramientas y estrategias para fomentar el engagement y mantener a los participantes motivados en su proceso de aprendizaje en línea.

### ***Estado del arte. El engagement y la deserción académica en los MOOCs***

La relación entre el engagement y el rendimiento académico en los MOOCs es un tema de gran importancia, ya que el nivel de compromiso de los estudiantes puede influir significativamente en su éxito en el curso. Algunos puntos clave sobre esta relación son:

- **Motivación y esfuerzo:** El engagement está estrechamente relacionado con la motivación y el esfuerzo que los estudiantes están dispuestos a invertir en el curso. Los participantes altamente comprometidos tienden a dedicar más tiempo y energía al estudio, lo que puede traducirse en un mejor rendimiento académico (Badali et al., 2022).
- **Participación:** Los estudiantes comprometidos tienden a participar de manera más activa en las actividades del curso, como la visualización de videos, la realización de tareas prácticas, la participación en foros de discusión y la colaboración con otros participantes. Esta participación puede mejorar su comprensión del material y su capacidad para aplicarlo en situaciones prácticas, lo que se refleja en un mejor rendimiento académico (Liyangunawardena et al., 2014).
- **Retención del conocimiento:** El engagement también está relacionado con la retención del conocimiento a largo plazo. Los estudiantes que están comprometidos con el curso tienden a prestar más atención al contenido y a participar en actividades de repaso y práctica, lo que les ayuda a consolidar lo aprendido y a recordarlo con mayor facilidad durante evaluaciones posteriores (Khalil & Ebner 2014).
- **Interacción con el feedback:** El engagement puede influir en la forma en que los estudiantes interactúan con el feedback y la retroalimentación proporcionada por los facilitadores del curso. Los participantes comprometidos suelen valorar y utilizar activamente el feedback para mejorar su desempeño académico, mientras que aquellos con niveles más bajos de engagement pueden pasar por alto esta información importante (Goopio & Cheung, 2020).
- **Persistencia y finalización del curso:** El engagement también puede afectar la persistencia y la tasa de finalización del curso. Los estudiantes altamente comprometidos tienen más probabilidades de perseverar a lo largo del curso, superar los desafíos y completar con éxito todas las actividades y evaluaciones requeridas (Xing, 2018).

Por tanto, existe una relación positiva entre el engagement y el rendimiento académico en los MOOCs. Los estudiantes que están altamente comprometidos con el curso tienden a mostrar una mayor motivación, participación, retención del conocimiento, interacción con el feedback y persistencia, lo que se traduce en un mejor rendimiento académico en general.

Diversos estudios cuantitativos y cualitativos se han realizado con relación al engagement y lo MOOCs, pero pocos han estudiado como influyen en la deserción académica (Estrada-Molina & Fuentes-Cancell, 2022; Sanz-Martínez et al., 2019). En este sentido, diversos estudios pioneros (Er et al., 2019) establecen las principales causas de la deserción. Estos se refieren según se expresa en el estudio sistemático Estrada-Molina & Fuentes-Cancell (2022) a la motivación; disponibilidad de tiempo; la actitud; el interés; la tutoría; la interactividad y retroalimentación; la accesibilidad de los recursos educativos; el engagement, entre otros (p. 112). En este sentido la motivación juega un papel crucial en el compromiso hacia un curso MOOC, debido fundamentalmente a

- La autonomía y elección: Los cursos MOOC suelen ofrecer una amplia gama de temas y enfoques, lo que permite a los estudiantes elegir cursos que se alineen con sus intereses y objetivos personales o profesionales. Esta autonomía en la elección aumenta la motivación intrínseca, ya que los estudiantes se sienten más comprometidos cuando están estudiando algo que les interesa genuinamente (Ding & Shen, 2019).
- La relevancia y aplicabilidad: Los estudiantes están más motivados cuando perciben que lo que están aprendiendo es relevante y aplicable a su vida o carrera. Los cursos MOOC que ofrecen contenido práctico y aplicable aumentan la motivación de los estudiantes al mostrarles cómo pueden utilizar lo que están aprendiendo en situaciones reales (Wang et al., 2023).
- La interactividad y participación: Los cursos MOOC que fomentan la interacción entre estudiantes y con el instructor tienden a aumentar el compromiso. La participación en discusiones, actividades y proyectos colaborativos puede aumentar la motivación al brindar oportunidades para el aprendizaje social y la retroalimentación constructiva (Chen et al., 2018).
- El feedback y reconocimiento: La retroalimentación regular y constructiva es fundamental para mantener alta la motivación de los estudiantes. Los cursos MOOC que proporcionan retroalimentación oportuna sobre el progreso del estudiante, así como reconocimiento por los logros alcanzados, refuerzan la motivación intrínseca al demostrar a los estudiantes que su esfuerzo y dedicación son valorados (Ramírez-Fernández, 2015).
- Los objetivos claros y desafiantes: Establecer metas claras y desafiantes puede aumentar la motivación al proporcionar a los estudiantes un sentido de dirección y logro. Los cursos MOOC que establecen expectativas claras y brindan oportunidades para alcanzar metas significativas pueden fomentar un mayor compromiso por parte de los estudiantes (Von Schmieden et al., 2022).

La preocupación latente de la deserción académica en los MOOCs conlleva a la comunidad científica a estudiar sus causas, centrando su atención en el engagement. Este término es un constructo que integra en la configuración de la personalidad, lo relacionado con el compromiso, el interés, la participación, la emoción, el entusiasmo y la motivación del estudiantado que, en este contexto educativo, se refiere al aprendizaje y permanencia escolar en el contexto de los MOOCs. Como expresa, Deng et al. (2020) y Deng (2023) este constructo se estructura como engagement social, emocional, cognitivo, y conductual. En este contexto del engagement en los MOOCs para contribuir a disminuir la deserción, se destacan los estudios que analizan las siguientes variables del

engagement: la privacidad de los datos, la revisión por pares, el diseño de e-actividades; la motivación y la comunicación intrínseca (Kasch et al., 2021; Khalid et al., 2020).

### ***Génesis de la investigación expo facto***

Teniendo en cuenta los estudios teóricos y empíricos antes mencionados, desarrollamos durante enero de 2020 a marzo de 2023 una investigación educativa para profundizar en las causas que influyen desde el engagement a la deserción académica en los MOOCs. Para ello, se realizaron estudios teóricos (Estrada-Molina & Fuentes-Cancell, 2022; Estrada-Molina et al., 2021; Fuentes-Cancell et al., 2021;) y estudios casos (Granda Dihigo et al., 2023; Estrada-Molina 2022; Estrada-Molina et al., 2022) con muestras diversas procedentes del profesorado universitario de dos países (nivel descriptivo). Aunque hemos publicado algunos estudios referentes a resultados parciales e individuales, en este artículo descriptivo pretendemos a modo de cierre del proyecto, agrupar y comparar los resultados teóricos y empíricos obtenidos contribuyendo así a la didáctica en la educación superior relacionada con el diseño de los MOOCs.

## **Método**

La investigación es de tipo descriptiva, mixta y expo-facto. Una investigación educativa de tipo expo-facto (Mateo, 2004) es un tipo de estudio que se lleva a cabo después de que los eventos hayan ocurrido, lo que significa que el investigador no tiene control sobre las variables independientes, ya que estas ya han ocurrido naturalmente. Este tipo de investigación se centra en observar y analizar los efectos de ciertas variables independientes en una variable dependiente, sin la intervención directa del investigador.

Este tipo de investigación es útil cuando no es ético o práctico manipular las variables independientes de manera experimental. Sin embargo, puede ser más difícil establecer relaciones causales claras debido a la falta de control experimental.

Por otro lado, una investigación de tipo descriptiva es un método de investigación que se enfoca en describir y caracterizar un fenómeno o situación tal como es, sin manipular variables ni buscar relaciones causales. Su principal objetivo es proporcionar una representación detallada y precisa de las características, comportamientos o fenómenos observados en un contexto particular (Sampieri, 1988).

En una investigación descriptiva, los investigadores recopilan datos a través de técnicas como encuestas, observaciones, entrevistas o análisis de documentos. Luego, analizan y presentan estos datos de manera sistemática para describir las características esenciales del fenómeno estudiado.

Este tipo de investigación es común en muchas disciplinas, incluyendo la psicología, la sociología, la educación, la salud pública y la investigación de mercado, entre otras. Aunque la investigación descriptiva no busca establecer relaciones causales o explicar por qué ocurren ciertos fenómenos, proporciona una base sólida de información que puede servir como punto de partida para investigaciones posteriores, incluyendo estudios exploratorios o experimentales que buscan comprender mejor las relaciones entre variables.

Por lo tanto, los objetivos de este estudio son determinar a partir de un estudio teórico cuáles son las variables del engagement que influyen en la deserción académica en los MOOCs y, describir a partir del análisis de un cuestionario las valoraciones de los docentes participantes. Para ello se plantearon las siguientes preguntas de la investigación.

Pregunta 1. ¿Cuáles son las variables más estudiadas desde el engagement para contribuir a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs?

Para responderla se realizó una revisión sistemática aplicando el protocolo PRISMA a investigaciones publicadas en revistas indexadas en Scopus o en WoS.

Pregunta 2. ¿Cuáles son, a criterios de docentes universitarios, las variables que contribuyen a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs?

En esta pregunta, se aplicó un cuestionario validado conformado por las variables identificadas como resultados de la Pregunta 1.

### **Contexto. Población y muestra**

El estudio se realizó en dos momentos:

- Primer momento. Segundo año académico de la Maestría en Educación Virtual «edición 2019-2021». Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI), Cuba, durante octubre de 2020 a febrero de 2021 en el contexto de la asignatura: Métodos de formación en Red.
- Segundo momento. Tercer año académico de la Maestría Académica con trayectoria profesional en Educación. Mención Gestión del Aprendizaje mediado por TIC «edición 2022-2023». Universidad Técnica de Manabí (UTM), Ecuador, durante enero-febrero de 2023 en el contexto de la asignatura: Fundamentos de la educación virtual.

En el primer momento, la población y muestra lo conformaron los 43 profesores universitarios matriculados en el Máster de Educación Virtual. Mientras que, en la segunda muestra son los 26 de profesores de Ecuador matriculados en el Máster académico con trayectoria profesional en Educación, Mención Gestión del Aprendizaje mediado por TIC (Tabla 1).

**Tabla 1**

*Distribución muestral*

Datos demográficos	Muestra 1 (43) Maestría Ed. Virtual. Cuba	Años como docentes universitarios Muestra 1	Muestra 2 (26) Maestría Acad. en Ed. Mención Gestión del Aprendizaje mediado por TIC. Ecuador	Años como docentes universitarios Muestra 2
Mujeres	23	M = 7.5	17	M = 8.1
Hombres	20	M = 8.1	9	M = 7.6
Total	43	M = 8.0	26	Me = 7.5

### **Técnicas e instrumentos de investigación**

En relación con la primera pregunta de la investigación, se aplicó el protocolo PRISMA y se utilizó el análisis en profundidad del contenido de las evidencias obtenidas en el análisis teórico. Para la validación del contenido se aplicó el coeficiente de Kappa de Cohen ( $k=0,826$ ) a las valoraciones de los docentes investigadores, obteniéndose un 96% de coincidencia (Cohen, 1960).

Con relación al diseño del cuestionario aplicado a las dos muestras escogidas de profesorado universitario en Cuba y Ecuador (pregunta 2), se diseñó una escala tipo Likert de cinco valores (1 = Nada, 2 = Poco, 3 = Algo, 4 = Bastante y 5 = Mucho) compuesta por las variables establecidas en la literatura científica y resultado de la pregunta 1 de la investigación. Se utilizó la técnica experta ( $n = 33$ ) para la validez de contenido del cuestionario realizado. Los expertos son Doctores en Ciencias de la Educación y proceden de España, Ecuador y México. El cuestionario global (consistencia interna) tiene un valor de Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ) igual a 0,87. Para la validez de la comprensión, se realizó dos estudios piloto, el primero en 2021 con siete profesores titulares de la propia institución

(UCI-CUBA) y 19 estudiantes (UCI-Cuba) y el segundo, con 10 estudiantes del máster académico con trayectoria profesional en Educación, Mención Gestión del Aprendizaje mediado por TIC, (UTM-Ecuador).

La prueba de Kaiser-Meyer-Olkin aplicada al cuestionario fue adecuada ( $KMO = ,862$ ) y la prueba de esfericidad de Bartlett mostró cifras adecuadas ( $\chi^2 = 3059,53$ ;  $p < ,001$ ). Las preguntas se estructuraron en tres partes. Primeramente, desde una perspectiva cualitativa los docentes debían valorar cuáles son las variables que, desde el engagement, contribuyen a disminuir la tasa de deserción académica en los MOOCs. Posteriormente, desde lo cuantitativo, debían puntuar según la escala de Likert de cinco valores (1 = Nada, 2 = Poco, 3 = Algo, 4 = Bastante y 5 = Mucho), las 15 variables que se identificaron como resultado teórico de la investigación (Pregunta 1). Por último, debían proponer algunas recomendaciones para desarrollar el engagement en los MOOCs.

Para medir los resultados del cuestionario se utilizó como medidas: la media (M) y la desviación estándar ( $\sigma$ ).

### ***Procedimiento de la investigación***

La investigación constó de tres fases. Primeramente, para responder la Pregunta 1, se realizó una revisión sistemática para identificar las variables más estudiadas desde el engagement para contribuir a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs. Posteriormente, con relación a la Pregunta 2, se diseñó, validó y aplicó un cuestionario a 69 docentes universitarios de Cuba y Ecuador (Tabla 1) los cuales son los matriculados en dos maestrías universitarias y que a su vez cursaron una asignatura cuyo profesor es el autor de la investigación. Todos los profesores (estudiantes participantes) estuvieron de acuerdo en la participación voluntaria en la investigación.

## **Resultados**

Pregunta 1. ¿Cuáles son las variables más estudiadas desde el engagement para contribuir a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs?

A modo de síntesis de los resultados obtenidos en la revisión sistemática y publicados anteriormente, las principales variables son (Estrada-Molina & Fuentes-Cancell, 2022).

- Educación general «estudiantes de diversas edades». Las variables más empleadas son: la privacidad de los datos; diseño de foros; democratización de la educación; gamificación; la satisfacción y la calidad percibida.
- Educación universitaria. En este escenario se destacan las variables: diseño de e-actividades; motivación intrínseca y extrínseca; redes personales de aprendizaje; y revisión por pares.
- Educación posgraduada. Se destacan las variables: comunicación y medios sociales; diseño de e-actividades; motivación y la comunicación intrínseca (p.117).

Pregunta 2. ¿Cuáles son, a criterios de docentes universitarios, las variables que contribuyen a disminuir la tasa de deserción en los MOOCs?

### ***Resultados cualitativos***

Reflejamos a continuación algunos comentarios aleatorios de las opiniones o valoraciones del profesorado universitario de las muestras aplicadas.

- Creo que, entre las variables del engagement se encuentran: las estrategias de aprendizaje y los factores psicológicos relacionados con los exámenes virtuales (profesor 1, muestra 1, Cuba).
- Pueden ser diversas las variables, pero las que más influyen son el diseño de e-actividades y la motivación ya sea extrínseca o intrínseca (profesor 15, muestra 1, Cuba).
- El engagement definitivamente se relaciona con la deserción en los MOOCs siendo la revisión por pares, la motivación, la interactividad y el diseño de e-actividades las que más influyen (profesor 33, muestra 1, Cuba).
- En Ecuador, basado en mi experiencia docente, no utilizamos los MOOCs, aunque si diversos cursos virtuales y uno de esos factores o variables del engagement que más repercuten es el diseño de actividades electrónicas (profesora 15, muestra 2, Ecuador).
- En los MOOCs, desde la mirada del engagement, creo que las variables influyentes son la autonomía del estudiante, la planificación del estudio y la motivación (profesor 20, muestra 2, Ecuador).
- El engagement ya sea social, cognitivo o actitudinal, influyen en la permanencia o deserción escolar en los MOOCs o cursos virtuales en sentido general. Siendo el diseño de actividades de aprendizaje, satisfacción personal, la gamificación y la interactividad sus variables más influyentes. (profesor 25, muestra 2, Ecuador).

### Resultados cuantitativos

En la aplicación del cuestionario basado en las variables obtenidas en el estudio teórico (pregunta 1), se destacan por coincidencia que, las variables diseño de foros, democratización de la educación, diseño de e-actividades, la comunicación intrínseca, las redes personales de aprendizaje y, la motivación son las más influyentes (Tabla 2).

**Tabla 2**

*Media y desviación estándar de las dos muestras del estudio*

Variables resultantes de la Pregunta 1		Muestra 1 (43 docentes-Cuba)		Muestra 2 (26 docentes-Ecuador)	
		M	$\sigma$	M	$\sigma$
Educación general	Privacidad de los datos	4,19	0,39	4,2	0,63
	Diseño de foros	3,91	0,43	4,1	0,27
	Democratización de la educación	3,93	0,34	3,9	0,33
	Gamificación	4,98	0,15	4,4	0,90
	Satisfacción	4,93	0,34	4,7	0,49
	Calidad percibida	4,79	0,47	4,6	0,57
Educación Universitaria	Diseño de e-actividades	4,84	0,37	4,7	0,49
	Motivación intrínseca	4,81	0,39	4,8	0,43
	Motivación extrínseca	4,95	0,30	4,7	0,55
	Redes personales de aprendizaje	4,93	0,26	4,9	0,27
Educación posgraduada	Revisión por pares	4,00	0,00	4,1	0,27
	Comunicación y medios sociales	3,98	0,15	4,0	0,20
	Diseño de e-actividades	4,93	0,26	4,9	0,27
	Motivación	4,95	0,21	5,0	0,20
	Comunicación intrínseca	4,98	0,15	4,9	0,27

## **Discusión y conclusiones**

Como resultado de la revisión sistemática realizada (Pregunta 1) se constata que en la literatura académica se identifican 25 variables que, desde el estudio del engagement, influyen en la deserción académica en los MOOCs. De ellos 13 son las de mayor coincidencia entre los autores. Es interesante observar que, en el caso de la educación universitaria y posgraduada (nivel superior al grado), las variables más estudiadas se refieren al diseño de e-actividades, la motivación intrínseca y la motivación extrínseca, alejándose de las relacionadas con la gamificación.

Al realizar el estudio empírico en las muestras seleccionadas intencionalmente, se constata que en su mayoría los docentes universitarios encuestados

- Coinciden de forma general, en que las variables relacionadas con el diseño de las e-actividades, la comunicación y la motivación son las más influyentes.
- Y, que las variables del engagement (investigadas, pero no destacadas como regularidades en la literatura científica (pregunta 1), tales como: la autonomía y la planificación del aprendizaje también influyen en la deserción académica y que deben tenerse en cuenta para fortalecer la permanencia escolar.

En las recomendaciones que obtuvimos como resultados a nivel teórico (pregunta 1) y empíricos (pregunta 2) para desarrollar el engagement del estudiantado en los MOOCs y así disminuir la deserción académica presente en la Educación Superior y Posgraduada, se encuentran:

a) elevar la presencia del profesor en los procesos de tutoría y retroalimentación del aprendizaje (Löh et al., 2024; Estrada-Molina & Fuentes-Cancell, 2022),

b) diseñar e-actividades que promuevan el aprendizaje significativo y de recursos educativos motivadores (Castillo-Abdul et al., 2021),

c) romper la barrera de la transmisión y visualización del contenido sin la correcta interacción, interactividad y retroalimentación entre el profesor, la comunidad de aprendizaje y el estudiante (Li et al., 2024); y

d) promover la autorregulación del aprendizaje y la autoeficacia del aprendizaje basado en la web (Shen et al., 2024; Repáraz et al., 2020).

Lo anterior, permitió verificar lo establecido en la teoría referente a que el engagement en los MOOCs, contribuye a desarrollar los siguientes aspectos:

- La autonomía y elección de contenidos y cursos influyéndose en la motivación intrínseca (Ding & Shen, 2019).
- El aprendizaje significativo y su relación con el contenido de los cursos MOOC mediante la aplicación práctica de las habilidades en situaciones reales (Wang et al., 2023).
- La interactividad y participación entre los integrantes de la comunidad educativa (Chen et al., 2018).
- La retroalimentación regular y constructiva reforzando la motivación intrínseca, el esfuerzo y la dedicación (Ramírez-Fernández, 2015).
- La relación los objetivos con carácter desafiantes, el contenido sustentado en el aprendizaje significativo, las actividades de aprendizaje y, la evaluación formativa. (Von Schmieden et al., 2022).

A modo de cierre, consideramos que, un aspecto vital tanto teórico como práctico es la calidad percibida. Esta establece que para promover el engagement en los MOOCs se debe lograr una coherencia entre los objetivos y metas de aprendizaje, el diseño de las actividades y las expectativas del estudiantado. Quizás, en este sentido, sea importante desarrollar 1) píldoras formativas (NOOC) como complemento, 2) alternativas constructivistas (cMOOC) y 3) e-actividades basados en videos educativos (madeMOOC).

Este estudio, aunque fue significativo a nivel de estudios de casos, tiene como limitante que la muestra es escasa por tal motivo, no permite generalizar los resultados. En todo caso, a nuestra consideración se enriquece y se confirma la teoría didáctica en cuanto a la relación entre el engagement y los MOOCs.

La investigación nos ayudó a conocer perspectivas del profesorado e indicios para mejorar nuestro desempeño docente en los MOOCs. Como línea de trabajo futuro se establece en analizar y comparar como la evaluación entre iguales y la autoevaluación influyen en el engagement del estudiantado matriculados en un MOOCs.

## Referencias

- Anghel, E., Littenberg-Tobias, J., & Von Davier, M. (2023). What I wanted and what I did: motivation and engagement in a massive open online course. *Computers & Education*, 207, 104929. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2023.104929>
- Badali, M., Hatami, J., Banihashem, S. K., Rahimi, E., Noroozi, O., & Eslami, Z. (2022). The role of motivation in MOOCs' retention rates: a systematic literature review. *Research And Practice In Technology Enhanced Learning*, 17(1). <https://doi.org/10.1186/s41039-022-00181-3>
- Castillo-Abdul, B., Del Río, M. B., & Civilá, S. (2021). El engagement de participantes en MOOC (Massive Open Online Courses): análisis del diseño instruccional y elementos alternativos. *Bellaterra Journal of Teaching & Learning Language & Literature*, 14(3), e944. <https://doi.org/10.5565/rev/jtl3.944>
- Cheng, Y. (2023). What makes learners enhance learning outcomes in MOOCs? Exploring the roles of gamification and personalization. *Interactive Technology And Smart Education*. <https://doi.org/10.1108/itse-05-2023-0097>
- Chen, C., Lee, C., & Hsiao, K. (2018). Comparing the determinants of non-MOOC and MOOC continuance intention in Taiwan. *Library Hi Tech*, 36(4), 705-719. <https://doi.org/10.1108/lht-11-2016-0129>
- Cohen, J. (1960). A Coefficient of Agreement for Nominal Scales. *Educational And Psychological Measurement*, 20(1), 37-46. <https://doi.org/10.1177/001316446002000104>
- Dalipi, F., Zdravkova, K., & Ahlgren, F. (2021). Sentiment Analysis of Students' Feedback in MOOCs: A Systematic Literature Review. *Frontiers In Artificial Intelligence*, 4. <https://doi.org/10.3389/frai.2021.728708>
- Deng, R., Benckendorff, P., & Gannaway, D. (2020). Learner engagement in MOOCs: Scale development and validation. *British Journal of Educational Technology*, 51(1), 245-262. <https://doi.org/10.1111/bjet.12810>
- Deng, R. (2023). Effect of video styles on learner engagement in MOOCs. *Technology, Pedagogy And Education*, 1-21. <https://doi.org/10.1080/1475939x.2023.2246981>
- Ding, Y., & Shen, H. (2019). Delving into learner autonomy in an EFL MOOC in China: a case study. *Computer Assisted Language Learning*, 35(3), 247-269. <https://doi.org/10.1080/09588221.2019.1681464>
- Duan, T., & Wu, B. (2023). The student self-assessment paradigm in MOOC: An example in Chinese higher education. *Comunicar*, 31(75), 115-128. <https://doi.org/10.3916/c75-2023-09>
- Eglseer, D. (2023). Development and evaluation of a Massive Open Online Course (MOOC) for healthcare professionals on malnutrition in older adults. *Nurse Education Today*, 123, 105741. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2023.105741>

- Er, E., Gómez-Sánchez, E., Bote-Lorenzo, M. L., Dimitriadis, Y., & Asensio-Pérez, J. I. (2019). Generating actionable predictions regarding MOOC learners' engagement in peer reviews. *Behaviour & Information Technology*, 39(12), 1356-1373. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2019.1669222>
- Estrada-Molina, O., Repiso Caballero, R., & Aguaded, I. (2024). Estudio bibliométrico sobre la Educación de Calidad. *Revista De Educación*, 1(404), 139-167. <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2024-404-622>
- Estrada-Molina, O. (2022). The effects of WhatsApp and Telegram on student engagement: An analysis from the Mixed-Methods Approach. *Education Research International*, 2022, 1-14. <https://doi.org/10.1155/2022/2881404>
- Estrada-Molina, O., & Fuentes-Cancell, D. (2022). Engagement and desertion in MOOCs: Systematic review. *Comunicar*, 30 (70), 111-124. <https://doi.org/10.3916/C70-2022-09>
- Estrada-Molina, O., Fuentes Cancell, D. R., & García Hernández, A. (2021). El engagement en la educación virtual: experiencias durante la pandemia COVID-19. *Texto Livre*, 14(2), e33936. <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.33936>
- Estrada-Molina, O., Guerrero-Proenza, R. S., & Fuentes-Cancell, D. R. (2022). Las competencias digitales en el desarrollo profesional: un estudio desde las redes sociales. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 23. <https://doi.org/10.14201/eks.26763>
- Fernández Alemán, M. A., & Estrada-Molina, O. (2024). La educación en línea en la educación médica superior. Acciones para la formación en Neurofisiología clínica en Cuba. En C. Llorente Cejudo, R. Barragán-Sánchez, N. Pérez Rodríguez, & L. Martín Párraga (Eds.), *Enseñanza e innovación educativa en el ámbito universitario*. Dykinson. <https://www.dykinson.com/libros/ensenanza-e-innovacion-educativa-en-el-ambito-universitario/9788410700185/>
- Fuentes-Cancell, D. R., Estrada-Molina, O., & Delgado-Yanes, N. (2021). Las redes sociales digitales: una valoración socioeducativa. Revisión sistemática. *Revista Fuentes*, 23(1), 41-52. <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.v23.i1.11947>
- Florou, A., Liagkou, V., & Stylios, C. (2024). Enhancing Competence-Based Job Skills Through Moodle: A Paradigm Shift in MOOC Applications. En *Lecture notes in networks and systems* (pp. 585-596). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-53598-7\\_52](https://doi.org/10.1007/978-3-031-53598-7_52)
- Gamage, D., Perera, I., & Fernando, S. (2020). MOOCs Lack Interactivity and Collaborativeness: Evaluating MOOC Platforms. *International Journal Of Engineering Pedagogy (ijEP)*, 10(2), 94. <https://doi.org/10.3991/ijep.v10i2.11886>
- Gené, O. B., Núñez, M. M., & Fidalgo-Blanco, Á. (2014). Gamification in MOOC. In *TEEM '14: Proceedings of the Second International Conference on Technological Ecosystems for Enhancing Multiculturality*. ACM Digital Library. <https://doi.org/10.1145/2669711.2669902>
- Goopio, J., & Cheung, C. (2020). The MOOC dropout phenomenon and retention strategies. *Journal Of Teaching In Travel & Tourism*, 21(2), 177-197. <https://doi.org/10.1080/15313220.2020.1809050>
- Granda Dihigo, A., Estrada-Molina, O., & Gómez León, Y. (2023). Formación profesional desde Facebook: estudio de caso en la Universidad de las Ciencias Informáticas, Cuba. *Revista Cubana De Educación Superior*, 42(Especial 3), 158-173. <https://revistas.uh.cu/rces/article/view/8499>
- Kasch, J., Van-Rosmalen, P., Löhr, A., Klemke, R., Antonaci, A., & Kalz, M. (2021). Students' perceptions of the peer-feedback experience in MOOCs. *Distance Education*, 42(1), 145-163. <https://doi.org/10.1080/01587919.2020.1869522>

- Khalid, A., Lundqvist, K., & Yates, A. (2020). Recommender systems for MOOCs: A systematic literature survey. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 21, 256-291. <https://doi.org/10.19173/IRRODL.V21I4.4643>
- Khalil, H. & Ebner, M. (2014). MOOCs Completion Rates and Possible Methods to Improve Retention - A Literature Review. In J. Viteli & M. Leikomaa (Eds.), *Proceedings of EdMedia 2014--World Conference on Educational Media and Technology* (pp. 1305-1313). Tampere, Finland: Association for the Advancement of Computing in Education (AACE). <https://www.learntechlib.org/primary/p/147656/>
- Iturkistani, A., Lam, C., Foley, K., Stenfors, T., Blum, E.R., Velthoven, M.H.V., & Meinert, E. (2020). Massive Open Online Course evaluation methods: Systematic review. *Journal of Medical Internet Research*, 22(4).
- Li, S., Zhao, Y., Guo, L., Ren, M., Li, J., Zhang, L., & Li, K. (2024). Quantification and prediction of engagement: Applied to personalized course recommendation to reduce dropout in MOOCs. *Information Processing And Management*, 61(1), 103536. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103536>
- Liyanagunawardena, T. R., Parslow, P., & Williams, S. A. (2014). Dropout: MOOC participants' perspective. In U. Kress, & C. Delgado Kloos (Eds.). In *Proceedings of the European MOOC Stakeholder Summit 2014* (pp. 95-100). Lausanne: eLearning Papers.
- Lazarinis, F., Panagiotakopoulos, T., & Kameas, A. (2024). Design and evaluation of a mooc on the internet of things to upskill adult educators. *INTED Proceedings*. <https://doi.org/10.21125/inted.2024.1002>
- Löh, H., Van Jaarsveld, G. M., Mesutoğlu, C., & Baars, M. (2024). Supporting social interactions to improve MOOC participants' learning outcomes: a literature review. *Frontiers In Education*, 9. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1345205>
- Mateo, J. (2004). La investigación ex post-facto. En R. Bisquerra (Ed.), *Metodología de la investigación educativa* (pp. 195-230). La Muralla.
- Mellati, M., & Khademi, M. (2020). MOOC-based educational program and interaction in distance education: Long life mode of teaching. *Interactive Learning Environments*, 28(8), 1022-1035. <https://doi.org/10.1080/10494820.2018.1553188>
- Mena, J., Flores, M. A., Fernandes, E., & Molina, O. E. (2024). Critical incidents as a strategy to enhance student teachers' reflection about practice through immersive learning. *Reflective Practice*, 25 (3), 406-425. <https://doi.org/10.1080/14623943.2024.2321500>
- Molina, O. E. (2023). La educación mediática y la nube informacional: necesidad y retos actuales. *IPSA Scientia, Revista Científica Multidisciplinaria*, 8(1), 8-9. <https://doi.org/10.25214/27114406.1595>
- Ramírez-Fernández, M. B. (2015). La valoración de MOOC: Una perspectiva de calidad. *RIED: Revista Iberoamericana de Educación A Distancia*, 18(2). <https://doi.org/10.5944/ried.18.2.13777>
- Ratnasari, W., Chou, T., & Huang, C. (2024). From hype to reality: the changing landscape of MOOC research. *Library Hi Tech*. <https://doi.org/10.1108/lht-07-2023-0320>
- Rahimi, A. R., & Cheraghi, Z. (2022). Unifying EFL learners' online self-regulation and online motivational self-system in MOOCs: A structural equation modeling approach. *Journal Of Computers In Education*, 11(1), 1-27. <https://doi.org/10.1007/s40692-022-00245-9>
- Repáraz, C., Aznárez-Sanado, M., & Mendoza, G. (2020). Self-regulation of learning and MOOC retention. *Computers in Human Behavior*, 111, 106423. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106423>

- Rulinawaty, Purwanto, A. J., Samboteng, L., Kasmad, M. R., & Basit, M. (2023). Global Trends and Policy Strategies and Their Implications for the Sustainable Development of MOOCs in Indonesia. En *Advances in social science, education and humanities research* (pp. 491-508). [https://doi.org/10.2991/978-2-38476-104-3\\_47](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-104-3_47)
- Sampieri, R. (1998). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.
- Sanz-Martínez, L., Er, E., Martínez-Monés, A., Dimitriadis, Y., & Bote-Lorenzo, M. L. (2019). Creating collaborative groups in a MOOC: a homogeneous engagement grouping approach. *Behaviour & Information Technology*, 38(11), 1107-1121. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2019.1571109>
- Saputro, R. E., Berlilana, B., Baihaqi, W. M., Sarmini, S., Purwati, Y., & Utomo, F. S. (2024). An innovative learning environment: g-mooc 4d to enhance visual impairments learning motivation. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 9(2), 273-283. <https://doi.org/10.33480/jitk.v9i2.5037>
- Sastre, S. G., Idrissi-Cao, M., Arranz, A. O., & Sánchez, E. G. (2018). Uso de la colaboración y la gamificación en MOOC: un análisis exploratorio. *RIED: Revista Iberoamericana de Educación A Distancia*, 21(2), 263. <https://doi.org/10.5944/ried.21.2.20410>.
- Shen, Y., Chu, L., Song, Y., Zhang, X., & Yu, Z. (2024). A Systematic Review on Engagement, Motivation, and Performance in MOOCs During the Post-Pandemic Time. *International Journal Of Web-based Learning And Teaching Technologies*, 19(1), 1-21. <https://doi.org/10.4018/ijwltt.338216>
- Silva, L., & Lisbôa, E. S. (2024). Massive open online courses (MOOCS) in higher education: advantages, challenges, and the future of online learning. In *INTED Proceedings*. <https://doi.org/10.21125/inted.2024.1615>
- Turan, Z., & Yilmaz, R. (2024). Are MOOCs a new way of learning in engineering education in light of the literature? A systematic review and bibliometric analysis. <https://doi.org/10.1002/jee.20580>
- Von Schmieden, K., Mayer, L., Taheri, M., & Meinel, C. (2022). Challenges for Novice MOOC Designers. In *2022 IEEE Learning With MOOCS (LWMOOCS)*. <https://doi.org/10.1109/lwmoocs53067.2022.9927859>
- Wang, Y., Wang, H., & Albert, L. J. (2023). MOOC Relevance: A Key Determinant of the Success for Massive Open Online Courses. *Journal of Information Systems Education*, 34 (4), 456-471.
- Wei, W., Lin, S., Wang, T., Yang, J., & Sardón, S. C. (2023). Exploring second language viewers' use of cognitive strategies in learning Chinese through multimedia learning resources with captions and social annotations. In *Ninth International Conference On Higher Education Advances*. <https://doi.org/10.4995/head23.2023.16072>
- Williams, R. T. (2024). An Overview of MOOCs and Blended Learning: Integrating MOOC Technologies into Traditional Classes. *IETE Journal Of Education*, 1-8. <https://doi.org/10.1080/09747338.2024.2303040>
- Xing, W. (2018). Exploring the influences of MOOC design features on student performance and persistence. *Distance Education*, 40(1), 98-113. <https://doi.org/10.1080/01587919.2018.1553560>

**MODELO DE COMUNICACIÓN EFECTIVA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS  
PROGRAMAS Y PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA DEL  
DEPARTAMENTO DE LORETO, PERÚ**  
**EFFECTIVE COMMUNICATION MODEL FOR THE DISSEMINATION OF PUBLIC  
INVESTMENT PROGRAMS AND PROJECTS OF THE DEPARTMENT OF LORETO, PERU**

**Francisco Antonio Gallo Infantes**

Universidad Internacional Iberoamericana, México

([francisco.gallo@doctorado.unini.edu.mx](mailto:francisco.gallo@doctorado.unini.edu.mx)) (<https://orcid.org/0000-0002-4310-5238>)

**Jon Arambarri Basañez**

Universidad Europea del Atlántico, España

([jon.arambarri@uneatlantico.es](mailto:jon.arambarri@uneatlantico.es)) (<https://orcid.org/0000-0002-6450-8562>)

**Nuria Lloret Romero**

Universidad Europea del Atlántico, España

([nlloret@upvnet.upv.es](mailto:nlloret@upvnet.upv.es)) (<https://orcid.org/0000-0002-6450-8562>)

**Claudet Cadillo López**

Universidad Científica de Perú, Perú

([ccadillo@ucp.edu.pe](mailto:ccadillo@ucp.edu.pe)) (<https://orcid.org/0000-0001-5726-6043>)

---

**Información del manuscrito:**

**Recibido/Received:** 09/12/2021

**Revisado/Reviewed:** 16/12/2021

**Aceptado/Accepted:** 24/01/2022

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

comunicación efectiva, difusión,  
programas y proyectos, inversión  
pública, modelos de comunicación.

Esta investigación ha sido desarrollada con el objetivo general de determinar un modelo de comunicación efectiva para la difusión de los Programas y Proyectos de Inversión Pública (PIP) del Departamento de Loreto, que ocupa la tercera parte del territorio del Perú, y, dadas sus características geográficas, existe mucha influencia cultural de Colombia y Brasil. Desde la perspectiva metodológica, se basó en un enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo, con un diseño de campo, no experimental, transversal, que se apoyó en encuestas aplicadas a los tenientes gobernadores de los poblados ubicados en las fronteras con Colombia y Brasil. Una vez desarrollado el trabajo de campo, se realizó el procesamiento de la información, generando así el análisis descriptivo, la discusión de los resultados y la propuesta de modelo. En esencia, se llegó a la conclusión de que existen importantes limitaciones en el modelo actual de difusión de los PIP en el Departamento de Loreto, debilidades concernientes a todos los elementos de la comunicación: emisores dispersos y no preparados, receptores no caracterizados, canales desaprovechados, mensajes no codificados ni contextualizados, retroalimentación no estimulada. En vista de lo cual se diseña un Modelo de Comunicación Efectiva para la Difusión de los PIP (MCE-D-PIP) que plantea el desarrollo de una Sala Situacional de Comunicación Efectiva (SSCE- PIP), que permita potenciar los roles de productores, consumidores y prosumidores de la información, mediante la

diversificación de los canales y una especializada codificación del mensaje, en función del contexto: diversidad cultural, condiciones educativas, factores tecnológicos, entre otros.

---

**ABSTRACT**

---

**Keywords:**

effective communication,  
dissemination, programs and  
projects, public investment,  
communication models.

This investigation has been developed with the general objective of determining an effective communication model for the dissemination of Public Investment Programs and Projects (PIP) of the Department of Loreto, Peru. Theoretically, it was based on effective communication models: empirical - experimental, functionalist and network communication. From the methodological perspective, it was based on a quantitative methodological strategy, at a descriptive level, with a non-experimental, cross-sectional field design, which was supported by surveys applied to the lieutenant governors of the towns located on the borders with Colombia and Brazil. Once the field work was developed, the information was processed, thus generating the descriptive analysis, the discussion of the results and the proposed model. In essence, it was concluded that there are important limitations in the current model of PIP dissemination in the Department of Loreto, weaknesses concerning all elements of communication: dispersed and unprepared senders, uncharacterized receivers, wasted channels, uncoded and non-contextualized messages, unstimulated feedback. In view of which the Model of Effective Communication for the Diffusion of PIPs (MCE-D-PIP) is designed, which proposes the development of a Situational Room for Effective Communication (SSCE-PIP), which allows to enhance the roles of producers, consumers and prosumers of information, through the diversification of channels and a specialized coding of the message, depending on the context: cultural diversity, educational conditions, technological factors, among others.

---

## Introducción

La inversión pública se refiere al gasto gubernamental en infraestructura económica como aeropuertos, carreteras, ferrocarriles, sistemas de agua y alcantarillado, servicios públicos de electricidad y gas, telecomunicaciones e infraestructura social como escuelas, hospitales y prisiones (IMF, 2015). Por tanto, la inversión pública se considera un elemento clave en el desarrollo de los países; en especial, para consolidar la infraestructura económica y social necesaria para su crecimiento.

En este contexto, la eficacia operativa del marco oficial de gobernanza de la gestión de la inversión pública debe ser una prioridad importante. Entre otras cuestiones, es fundamental introducir mejores prácticas para realizar y priorizar la selección de proyectos (Plan, Jordan Economic Growth, 2018).

Asimismo, dado que gran parte de la inversión se financia con fondos públicos, es evidente la necesidad de informar al público sobre los principales resultados, para permitir que las personas interesadas sigan los desarrollos en curso y se formen su propia opinión sobre la base de hechos sólidos y datos reales y objetivos. El proceso de informar requiere, entonces, de una comunicación y, a su vez, es ideal que esta sea efectiva; de manera que resulta relevante, para una difusión eficaz, hacer coincidir los medios con el mensaje y las necesidades de la audiencia.

Los PIP están orientados a mejorar la capacidad de producción de bienes o servicios públicos, así como proveer de capacitación, transferencia de tecnología y asistencia técnica en proyectos productivos, a todos los distritos y localidades del país, y, en especial, a aquellas zonas calificadas como pobres. Sin embargo, es necesario adoptar un método que funcione para el público objetivo y para el tipo de contenido que se debe entregar.

En Perú existen zonas con un alto potencial de actividad productiva (agricultura, ganadería, pesca y otros), pero en materia de servicios públicos o de infraestructura presentan carencias que limitan el bienestar social de sus ciudadanos, siendo un ejemplo de ello, el Departamento de Loreto, el cual integra la Amazonía peruana, que ocupa casi el 29% del territorio nacional. Asimismo, las promesas incumplidas en el pasado o una gestión deficiente pueden haber dejado un legado de desconfianza.

El Departamento de Loreto presenta unas características económicas que definen peculiarmente su comportamiento con respecto a otras regiones o localidades del país y, por ende, el interés de la inversión pública (Oficina de Gestión de la Información y Estadística del Congreso de la República, 2019). En este sentido, los PIP buscan contrarrestar estas carencias y es importante difundir los logros para reconocimiento de las regiones beneficiadas.

Según Mea, et al. (2016) las acciones de difusión deben estar dirigidas a públicos bien definidos, y su relevancia radica en que los resultados de un proyecto pueden ser de interés para el público en general, pero también para especialistas y responsables políticos de alto nivel.

Para los autores, esta audiencia necesita estar informada sobre el proyecto, su progreso, sus resultados, sus productos y su legado. No obstante, para difundir algo de manera eficaz, en cualquier contexto y evaluar el éxito de esa difusión, primero se debe tener claro lo que se pretende lograr.

En este orden de ideas, es importante considerar al Departamento de Loreto, ya que presenta deficiencias de infraestructura. Como, por ejemplo, vías de acceso y comunicación terrestre inadecuadas, y, considerando que gran parte de su extensión geográfica es fluvial, se origina poca accesibilidad e integración del departamento a la

dinámica de la economía nacional. Igualmente, más de la mitad de las poblaciones en el Departamento de Loreto cuenta con comunicación (telefonía, cable e Internet), mientras que el resto de poblaciones tienen acceso a medias o no cuentan con estos servicios, además de no contar con energía eléctrica, o, en todo caso, solo la reciben por horas. No es nada fácil acceder a una red de Internet, y si estas poblaciones acceden a ella, la transferencia de datos es muy lenta o insuficiente.

Es evidente el beneficio de una comunicación efectiva que vincule la transparencia de la gestión de las instituciones del Estado y el acceso de los ciudadanos a la información y el ejercicio de prácticas de monitoreo, control y evaluación de las acciones gubernamentales, para promover el uso eficiente de los fondos públicos destinados a la inversión pública.

Las dificultades comunes que se encuentran durante la difusión a los diferentes grupos destinatarios incluyen el intercambio de información entre proyectos, la participación de las partes interesadas locales y el acceso abierto.

El autor Hargie (2016) refiere que ha realizado investigaciones y auditorías operativas en una amplia gama de organizaciones del sector público y privado en varios países, obteniendo que la esencia principal de lo que más valora el personal es la comunicación. Asimismo, el primer factor, y el más importante, es tener un gerente de línea eficaz, lo cual representa una medida de referencia, ya que es un indicador central de la comunicación efectiva en toda la organización. Si los empleados valoran muy positivamente a su superior jerárquico, valoran muy positivamente a la organización.

De esta realidad, se desprende la necesidad de responder a las siguientes preguntas de investigación:

¿Qué modelo de comunicación efectiva puede definirse para la difusión de los Programas y Proyectos de Inversión Pública para el Departamento de Loreto, Perú?

¿Cuál es la situación actual en materia de difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú?

¿Cuáles son las necesidades informacionales a las que respondería el modelo de comunicación seleccionado para el Departamento de Loreto Perú?

¿Cuáles son los elementos del modelo de comunicación para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú?

¿Cuáles son los programas y proyectos de inversión pública que se llevan a cabo en el Departamento de Loreto, Perú?

¿Qué beneficios generaría el modelo de comunicación seleccionado en el desarrollo de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú?

### **Marco teórico**

Para fines de este estudio, se tiene como fundamento la teoría de la comunicación eficaz, la conceptualización de los programas y proyectos de inversión pública, y la caracterización del Departamento de Loreto, considerado oficialmente como la región más grande del Perú en cuanto a extensión geográfica, ocupando el 38% de la frontera del país con Colombia y Brasil.

La teoría de la comunicación eficaz en el grupo de trabajo intercultural describe cómo la cultura y la diversidad cultural influyen en la comunicación del grupo de trabajo y, posteriormente, cómo la comunicación afecta los resultados del grupo. La teoría sugiere que las características situacionales, la composición del grupo como homogénea o heterogénea, y las características culturales e individuales afectan la probabilidad de que un grupo tenga una comunicación efectiva. La relación de la situación, la composición y

los factores individuales puede ser compleja para determinar si un grupo tendrá una comunicación eficaz (Oetzel, 2017).

La teoría revisada identifica cuatro procesos de comunicación que comprenden la comunicación efectiva: (a) participación equitativa, (b) toma de decisiones por consenso, (c) conflicto cooperativo, y (d) comunicación respetuosa. La participación equitativa se refiere a una distribución relativamente uniforme de turnos entre los miembros del grupo. La toma de decisiones por consenso se centra en el compromiso y acuerdo general con las decisiones tomadas por el grupo. El conflicto cooperativo incluye el manejo colaborativo del conflicto cuando surge en el grupo. Y la comunicación respetuosa incluye escuchar y dialogar de una manera que valora y aprecia a los demás, incluso cuando hay diferencias de opinión (Oetzel, 2017).

La comunicación efectiva está asociada a un aspecto medular en el proceso comunicativo como es la satisfacción de las necesidades informacionales que los sujetos involucrados pueden presentar. En materia de las necesidades informacionales es preciso acotar que las mismas dan cuenta de necesidades propias del individuo, como son las básicas o fisiológicas de hambre, sed, sueño, entre otras, como también las de protección o seguridad, o de realización, en una escala superior.

Sobre las necesidades informacionales existen diversos autores que han producido investigaciones desde diferentes enfoques disciplinarios, no obstante, para fines de esta investigación, se considera que el autor Calva (2004) realiza un aporte significativo, preciso y puntual para el análisis de las necesidades de información a través de su libro titulado "Las necesidades de información. Fundamentos teóricos y métodos", donde explica que las necesidades informacionales surgen en las personas a partir de una insatisfacción originada por (a) "La carencia de algún conocimiento o información acerca de un fenómeno, objeto, o para resolver un problema", (b) "La influencia de un ambiente (social, político, científico, etcétera)" y (c) "Las características particulares (experiencia, conocimientos previos, etcétera) que tiene el sujeto, ya que también influyen en la aparición de una necesidad de información" (p.76).

Respecto a los elementos de la comunicación, la presente investigación tiene en cuenta el Modelo de Comunicación en Red, que se fundamenta en el contexto actual de la red-Internet en la sociedad de información, donde los individuos interactúan en múltiples y diversas fuentes o medios que ofrecen mensajes de distintos contenidos dirigidos a una población heterogénea y de perfiles complejos.

Las investigaciones que abordan las redes en el tema de comunicación, según Marulanda (2015, p. 39), mantienen los elementos clave del proceso comunicativo y ajusta los aspectos esenciales que conforman una red como son los usuarios o nodos de interacción. De este modo, se encuentran los siguientes: emisor, receptor, flujo, orientación, efectos, y canal.

En cuanto a los beneficios de la comunicación efectiva, Hargie (2016) indica una gama de beneficios considerables a nivel organizacional, tales como mayor productividad, mayor calidad de servicios y productos, mayores niveles de confianza, mayor compromiso, mayores niveles de creatividad, y mayor satisfacción laboral. Asimismo, mejora las relaciones laborales, incrementa la aceptación del cambio, se reducen el absentismo y rotación de personal.

De modo que su relevancia radica en que el flujo de comunicación efectiva desarrolla lazos fuertes entre quienes la aplican. No obstante, existen muchos obstáculos en la práctica de una comunicación eficaz, por lo que esto se convierte en un gran obstáculo para las estrategias de efectividad comunicativa. La misma no es responsabilidad de una sola persona, es un trabajo en equipo con la ayuda o apoyo

organizacional y es un área de investigación esencial para el desarrollo de la meta organizacional para una era en rápido cambio.

En el desarrollo de las sociedades, en especial, lo relacionado con el bienestar y calidad de vida de los ciudadanos, la inversión pública constituye una herramienta vital en la lucha de las desigualdades sociales. El papel del Estado, en todos sus niveles, debe estar orientado en el diseño, ejecución y evaluación de programas y proyectos de inversión pública, orientados en la satisfacción de las necesidades.

La inversión pública se refiere al gasto gubernamental en infraestructura económica como aeropuertos, carreteras, ferrocarriles, sistemas de agua y alcantarillado, servicios públicos de electricidad y gas, telecomunicaciones e infraestructura social como escuelas, hospitales y prisiones (IMF, 2015).

El término "inversión pública" también lo utilizan a veces los gobiernos en un sentido más amplio para referirse al gasto en capital humano, como el gasto en educación y salud, o las inversiones financieras de instituciones gubernamentales, como los fondos soberanos. Sin embargo, la literatura sobre gestión de la inversión pública se centra en el gasto relacionado con los activos físicos (Miller & Mustapha, 2016).

El proceso de formulación y desarrollo de los PIP, se denomina Ciclo del Proyecto, el cual consiste en una secuencia de pasos o etapas que deberá seguir toda instancia, a saber: pre inversión, la inversión y la post inversión. Cada una de estas etapas debe estar en concordancia a los principios del Sistema Nacional de Inversión Pública.

Respecto a la difusión de la información, se debe considerar la definición de los siguientes elementos: qué tipo de información se desea transmitir, a quién va dirigido o con quién deseo compartirla (perfil del usuario-consumidor), cuál es la sistematización de los mensajes que deseo transmitir en cuanto a frecuencia, tono y forma (formato), cuáles son los criterios de seguridad, cuáles son las políticas de respuesta y tratamiento de la información, cuáles son los medios que se utilizarán para transmitir la información (Hutt, 2012).

Para fines geográficos, la Región Loreto tiene la denominación de Departamento de Loreto. En tal sentido, en este acápite se utilizará esa denominación para describir las características de la región geográfica más grande del Perú: Loreto.

De acuerdo a información proporcionada por la Oficina de Gestión de Información y Estadística del Congreso de la República (2019) y del Banco Central de Reserva del Perú (2018):

El departamento de Loreto ocupa una superficie de 368,852 km<sup>2</sup>, que representa el 28,7 por ciento del territorio nacional; ubicándose en el primer lugar dentro del ranking de extensión por departamentos: además está ubicado en el extremo Nor-oriental del territorio peruano. Loreto posee 3,891 kilómetros de fronteras internacionales con tres países: al Nor-oeste con Ecuador, al Nor-este con Colombia y al Este con Brasil.

Esta extensión fronteriza representa el 38 por ciento del total de frontera que posee el país, recibiendo una irradiación cultural de localidades limítrofes como Leticia (Colombia) y Tabatinga (Brasil). Asimismo, está dividido en 8 provincias y 53 distritos, en los cuales se ubican 705 de las 1,786 comunidades indígenas a nivel nacional (p.5).

Loreto está dividido en 8 provincias. Requena, Maynas, Ramón Castilla, Putumayo, Loreto Nauta, Ucayali, Alto Amazonas y Datem Del Marañón. Estas 8 provincias albergan a 53 distritos (Banco de Reserva del Perú, 2018).

Como dato adicional, el territorio de Loreto pertenece al denominado "Llano Amazónico", cuya altitud más baja es de 61 msnm., y la más alta 220 msnm., donde se pueden distinguir dos tipos de terrenos: aluvial y colinoso.

Otros aspectos geográficos que se pueden resaltar de Loreto, y que es parte de su caracterización, tienen que ver con sus recursos naturales, entre los cuales se destacan la flora, fauna e hidrografía. Estas características son explicadas en el Sistema de Información Regional para la Toma de Decisiones (SIRTOD, 2020) del Instituto Nacional de Estadística (INEI) del Perú:

- Flora: consta de varias especies botánicas, incluidos árboles madereros y otras especies de valor comercial y medicinal, entre las cuales se pueden mencionar los sauces, palmeras, caoba, cedro, castaña, nogal, alcanfor y matapalo.
- Fauna: en este departamento existe una variedad de especies silvestres, entre las cuales se pueden destacar: lagartos, otorongos, boas, anacondas, sajinos, sachavacas, venados, ronsocos, monos, osos perezosos, tortugas, taricayas, loros, bufeos colorados. Es importante destacar que también se tiene presencia de especies en peligro de extinción como son los jaguares, lagartos negros, manatíes, diversas tortugas de río, nutrias de río, guacamayos rojos, delfines rosados, y paiches.
- Hidrografía: Loreto cuenta con un sistema hidrográfico compuesto por una variedad de ríos, entre los cuales se pueden distinguir el Amazonas, Ucayali, Marañón, y el Huallaga, como sus principales. También se encuentran los ríos Nanay, Itaya, Ampiyacu, Morona, Pastaza, Tigre, Napo, Putumayo, Yavarí, y, finalmente, Cochiquinas.

## **Método**

La presente investigación se encuadra en el enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva, que ha utilizado como técnicas de investigación social a la encuesta, que fue aplicada a 53 tenientes gobernadores. El instrumento se derivó de la siguiente operacionalización de variables:

**Tabla 1**  
Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicadores
	Necesidades informacionales	Uso y utilidad de la información. Manifestación de la necesidad. Contenido de la información. Posición en el tiempo. Carácter colectivo o específico.
Comunicación efectiva	Elementos	Emisor-productor. Receptor- consumidor. Flujo – mensaje. Orientación: técnica y contexto. Canal. Efectos-retroalimentación.
	Beneficios	Satisfacción de necesidades. Participación de los sujetos. Transparencia en la gestión.
	Fases de los PIP	Pre inversión. Inversión. Post inversión.
Programas y Proyectos de Inversión Pública	Difusión de información	de Tipo de información a difundir. Perfil del usuario-consumidor. Formato de la información. Criterios de seguridad. Políticas de respuestas y tratamiento de la información. Medios o canales.

*Nota.* Esta operacionalización de variables es producto del abordaje del marco teórico

A continuación, se presentan las hipótesis formuladas, que fueron respondidas en este trabajo de investigación:

Hipótesis principal: La definición de un modelo de comunicación efectiva permitirá la difusión de los Programas y Proyectos de Inversión Pública para el Departamento de Loreto, Perú.

Hipótesis secundaria 1: La difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú, se desarrolla de manera deficiente.

Hipótesis secundaria 2: Las necesidades informacionales de los ciudadanos del Departamento de Loreto Perú, son respondidas en el modelo de comunicación efectiva.

Hipótesis secundaria 3: Los elementos del modelo de comunicación se integran de manera efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú.

Hipótesis secundaria 4: Los programas y proyectos de inversión pública desarrollados en el Departamento de Loreto, Perú, responden a las necesidades de la comunidad.

### ***Instrumento***

En la presente investigación se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. La técnica de la encuesta, según Palella & Martins (2012), tiene como finalidad la obtención de datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Para Hernández et al (2014), el cuestionario es un “conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se va a medir” (p. 217).

Para fines de esta investigación, se diseñó un cuestionario que permitió recopilar información sobre las variables objeto de análisis, a saber, comunicación efectiva y programas y proyectos de inversión pública. Sobre la primera variable, se definieron un total de 43 ítems, mientras para la segunda variable, se elaboraron 27 ítems, para un total general de 70 ítems.

Las preguntas fueron construidas siguiendo el parámetro de ítems cerrados, es decir, preguntas que “contienen opciones de respuesta previamente delimitadas” (Hernández et al, 2014, p.217), las cuales suelen ser más fáciles de codificar y analizar. Las opciones de respuestas seleccionadas, corresponden a la Escala de Likert de: nunca, muy pocas veces, algunas veces, casi siempre, y siempre.

El instrumento de recolección de datos diseñado para la recopilación de información en la presente investigación fue sometido a la validez y confiabilidad por tres (3) expertos en el área de conocimiento teórico y de metodología de investigación, quienes emitieron su juicio favorable sobre la validez del instrumento, considerando su constructo teórico, metodológico y de aspectos generales, como redacción, ortografía y coherencia interna.

La confiabilidad del instrumento de recolección de datos de esta investigación, fue muy alta, lo cual evidencia que el mismo es confiable, esto es, que los ítems permiten medir de manera adecuada y sin errores, las variables de estudio.

Para establecer la confiabilidad de los instrumentos a ser aplicados en esta investigación, se realizó una prueba piloto a sujetos con características similares a la población y/o unidades de análisis de la investigación.

Una vez recopilada la información mediante los instrumentos seleccionados, se procedió a la interpretación, análisis y discusión de los hallazgos encontrados, los cuales explican la realidad del objeto estudiado.

De este modo, la información recopilada en la presente investigación fue tratada estadísticamente, utilizando la técnica descriptiva e inferencial, empleándose el programa estadístico SPSS Versión 26, presentando los datos obtenidos a través de tablas, donde se interpretan las frecuencias y porcentajes, tratándose, de este modo, del uso de la estadística descriptiva. La estadística, descriptiva e inferencial, se utiliza para analizar los datos. Esto incluye calcular los resultados para una población (o muestra), así como evaluar la importancia de los resultados (Håkansson, 2013).

## Resultados

**Tabla 2**

*Distribución de frecuencia de la variable comunicación efectiva*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	30,2	30,2	30,2
	Medio	37	69,8	69,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Nota.* Como se puede ver, el 69.8% de los encuestados consideraron que la comunicación efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, se encuentra en un nivel medio. Mientras que el 30,2 % se encuentra en un nivel bajo.

La tabla evidencia una falta de efectividad de la comunicación, que requiere implementar estrategias y mecanismos para mejorar la difusión de los PIP, dirigida a los sujetos, grupos sociales, y organizaciones del área de influencia de la gestión pública.

**Tabla 3**

*Distribución de frecuencia de la dimensión necesidades informacionales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	14	26,4	26,4	26,4
	Medio	39	73,6	73,6	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Nota.* Se puede ver que el 73, 6 % de los encuestados consideraron que las necesidades informacionales para la comunicación efectiva se encuentran en un nivel medio. Mientras que el 26,4% se encuentra en un nivel bajo.

Según la tabla, la sociedad que forma parte de la región no tiene un acceso adecuado a la información pública, debido a que ésta no es atractiva, a pesar de que tiene que ver con la solución tangible a problemas de la ciudadanía como la viabilidad, el transporte, el alumbrado, los servicios educativos, de salud, y otros.

**Tabla 4***Distribución de frecuencia de la dimensión elementos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	16	30,2	30,2	30,2
	Medio	37	69,8	69,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Nota.* Respecto a la dimensión elementos, se evidencia un nivel medio según el 69,8% de los encuestados. Mientras que, para el 30,2 % se encuentra en un nivel bajo.

Los elementos básicos del proceso de la comunicación son emisor, mensaje y receptor, los cuales, según la tabla, no están funcionando adecuadamente. Está fallando, principalmente, el emisor-productor del mensaje, que es clave para lograr la realimentación, que permitirá una mejor decodificación por parte del ciudadano.

**Tabla 5***Distribución de frecuencia de la dimensión beneficios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	25	47,2	47,2	47,2
	Medio	28	52,8	52,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Nota.* Puede observarse que la mayoría de los encuestados considera que la dimensión beneficios se encuentra en un nivel medio (52,8%) mientras que otra parte considera que se encuentra en un nivel bajo (47,2%).

De la tabla, se colige que la comunicación no es efectiva debido a que no impacta positivamente en los beneficios de la organización, que tienen que ver con la productividad, la calidad, la confianza, y el compromiso.

**Tabla 6***Distribución de frecuencia de la dimensión difusión de la información*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	20	37,7	37,7	37,7
	Medio	33	62,3	62,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

*Nota.* En cuanto a la dimensión difusión de la información, el 62,3% se encuentra en un nivel medio. Mientras que el 37,7 % considera que está en un nivel bajo.

Según la tabla, la difusión de la información no es efectiva debido a que no se publican los mensajes en cada una de las fases de los programas y proyectos de inversión: pre inversión, inversión, y post inversión.

## **Discusión**

Los resultados evidencian el comportamiento de las variables estudiadas, a partir de sus respectivas dimensiones e indicadores. En este apartado, dichos resultados son contrastados con los enfoques teórico – conceptuales en los que se fundamenta esta investigación.

Estos se enfocan en describir los Programas y Proyectos de Inversión Pública (PIP) que se están llevando a cabo en el Departamento de Loreto, diagnosticar la situación actual de difusión de los mismos, así como establecer las necesidades informacionales en ese sentido, con miras a definir un modelo de comunicación efectiva, estimando, a la vez, sus beneficios potenciales. En consecuencia, es preciso introducir esta discusión de los resultados mediante el abordaje de las dimensiones que definen la comunicación efectiva, a saber:

Dentro de la valoración del contexto se encuentra la referencia a las necesidades informacionales de los sujetos involucrados, esto es, ciudadanos, representantes y líderes políticos, grupos de interés, organizaciones privadas, dependencias públicas y demás. En su análisis se han considerado indicadores como el uso o utilidad de la información, manifestación de estas necesidades, contenido de la información, posición en el tiempo y su carácter colectivo o específico.

El predominio de una valoración media en 73,6% de los entrevistados y baja en 26,4% es un indicio de que, independientemente de efectividad, oportunidad o buen manejo del erario público, la sociedad loreтана no ha tenido un acceso efectivo a la información relativa a tal gestión, a una información suficiente como para participar, opinar, tomar sus propias decisiones, organizarse o valorar con propiedad (al menos) lo que hace el Estado con los recursos económicos de los que disponen.

Otra dimensión de la comunicación efectiva está relacionada con los elementos que la definen, a saber: emisor-productor, receptor-consumidor, flujo-mensaje, orientación técnica-contexto, canal y efectos-retroalimentación (Santos, 2012 y Vera, 2014). Cada uno de estos elementos se vinculan en un sistema cíclico e interactivo, cumpliendo un papel esencial para el logro de los objetivos comunicacionales.

Teniendo en cuenta que el propósito planteado en esta investigación se conecta con la construcción de un modelo de comunicación efectiva para la difusión de los PIP, es preciso avanzar hacia una articulación dinámica y bien engranada de estos elementos de la comunicación. Conforme a los resultados de este estudio realizado en el Departamento de Loreto, dichos elementos, como conjunto y en su efectividad, tienen una valoración media (69,8%) y baja (30,2%), lo que constituye una debilidad para el logro de una comunicación efectiva.

Por su parte, el emisor-productor, en el contexto de investigación, está representado principalmente por los entes que gestionan la inversión pública para el desarrollo de programas y proyectos dirigidos a la solución de problemas sociales, económicos, tecnológicos, culturales, ambientales y/o de cualquier otra índole, que afectan a la colectividad, aunque los ciudadanos se convierten también en emisores-productores al asumir una participación activa en el proceso comunicativo.

Una tercera dimensión de la comunicación efectiva tiene que ver con los **beneficios** que ella ofrece, en términos de la satisfacción de las necesidades informacionales, la participación de los sujetos y la transparencia de la gestión de la inversión pública, dimensión que, en su conjunto, ha sido calificada como media por el 52,8% de los encuestados y baja por el 47,2% de la muestra. Aunque en comparación con las dimensiones anteriores, los beneficios tienen una mejor valoración entre los tenientes gobernadores de los poblados que integran el Departamento de Loreto, podría decirse que su calificación sigue siendo negativa, considerando que las percepciones positivas no son estadísticamente significativas.

Si se parte del hecho de que la comunicación efectiva entraña un conjunto de beneficios organizacionales (como mejores niveles de productividad, calidad, confianza, compromiso, creatividad y satisfacción laboral) (Hargie, 2016), si la política comunicacional y de difusión de los PIP no se traduce en un repunte de tales niveles, no puede considerarse efectiva.

En cuanto a la variable Programas y Proyectos de Inversión Pública (PIP) se han estudiado esencialmente dos dimensiones: Fases y Difusión de la Información, con el objeto de precisar el modo en que las estrategias de comunicación implementadas por los entes del Estado responsables de la gestión de estos programas y proyectos, atienden a la necesidad de difundir información en cada una de sus fases: preinversión, inversión y postinversión; así como el modo en que abordan lo relativo al tipo, formato y contenido de la información, el perfil del consumidor (receptor), los medios empleados y las políticas de respuesta o tratamiento de la información.

A partir de los datos obtenidos en esta investigación, se ha determinado que los tenientes gobernadores de los poblados del Departamento de Loreto, en su mayoría (84,91%), expresan una valoración media respecto a la difusión de información sobre las fases de los PIP, lo que significa que existen limitaciones en los procesos de comunicación entre los sujetos involucrados.

Por lo que se refiere a la dimensión difusión de la información vinculada con los PIP y que comprende indicadores como tipo y formato de la información, perfil del consumidor, criterios de seguridad, políticas de respuesta y tratamiento de la información y medios o canales utilizados, este es un aspecto esencial que permite conocer el estado actual y potencialidades para la comunicación efectiva en este campo.

Según Magdalinou, et al. (2019), en este contexto, los beneficios que genera el conocimiento de los productos de los PIP por parte de la audiencia clave, se expresan en la oportunidad para que la colectividad evalúe la relevancia y utilidad del contenido difundido. En consecuencia, la construcción de un modelo de comunicación efectiva para la difusión de los PIP en el Departamento de Loreto, exige el desarrollo de mecanismos y estrategias que permitan atender oportuna y suficientemente a cada uno de los elementos de la comunicación.

Al respecto, se requiere superar determinadas barreras que se manifiestan en una valoración media (62,3%) y baja (37,7%) de esta dimensión, por parte de los tenientes gobernadores de los poblados de este departamento, lo que probablemente indica que el manejo de la información, los canales, los parámetros y políticas no se adecúan al cumplimiento de los objetivos comunicacionales.

## **Conclusiones**

A partir de los resultados obtenidos se evidencian significativas limitaciones a nivel de las estrategias de comunicación y, específicamente, en términos de la difusión de los Programas y Proyectos de Inversión Pública (PIP) en todas sus etapas.

La difusión de esta información tiene el propósito de democratizar la información, propiciar una gestión pública transparente y estimular la participación activa de los ciudadanos en la toma de decisiones y contraloría social, evidentemente en el Departamento de Loreto – Perú.

En ese sentido, explicaremos los propósitos de la difusión, sus limitaciones y las demandas:

**Primer propósito:** informar a todos los actores involucrados (internos y externos). Entre las limitaciones destacan el hecho de que la información sobre los PIP no se distribuye efectivamente hacia ninguno de los actores involucrados, por lo que se demanda la presencia vital de todos los actores involucrados tanto internos como externos (miembros de la comunidad: ciudadanos u organizaciones, actor externo a la comunidad: organización privada o dependencia pública, activista político – comunitario, profesional) durante el proceso de diseño, planificación, ejecución y evaluación de los PIP. En consecuencia, la demanda se enfoca en la implementación de estrategias de difusión de información permanente, actualizada y útil, que se distribuya eficientemente entre todos los miembros de la sociedad, interesados todos en conocer los PIP.

**Segundo propósito:** Dar a conocer los beneficios que el proyecto aporta a la comunidad. Aquí, las limitaciones se circunscriben al tipo de información que se debe difundir sobre los PIP, comprende: beneficios, resultados, ejecución presupuestaria y de cuentas. El análisis estadístico realizado en este estudio denota que en ninguno de estos casos se logran altos niveles de difusión de información, de modo que los actores económicos, políticos y sociales manejan datos muy limitados sobre los beneficios que se generan a través de la inversión pública. En consecuencia, la demanda de la ciudadanía hace énfasis en la necesidad de conocer la información relativa a todos los procesos de la gestión pública, y sobre los PIP la comunidad aspira un conocimiento cierto y confiable de todas sus etapas, desde la formulación hasta la evaluación: problemas a resolver, soluciones aportadas, proyectos a desarrollar, inversión que se realizará, probable impacto social y ambiental, aspectos técnicos, beneficios, responsables, procesos, condiciones de ejecución, avances, resultados, ejecución de la inversión, entre otros datos.

**Tercer propósito:** generar compromiso y participación de los grupos interesados. Respecto a este propósito, tanto la participación como la transparencia de los procesos de inversión pública se han evaluado como aspectos que no se han visto estimulados efectivamente mediante las actuales estrategias de difusión de los PIP. Los datos muestran que es bajo el nivel al cual se propicia la participación de los ciudadanos en la elaboración, ejecución y control de los PIP, así como se ha valorado como limitado el acceso público a la información sobre ejecución y rendición de cuentas de los PIP. Por consiguiente, se demanda el éxito en la difusión de los PIP, lo cual implica promover el compromiso y la participación activa de los ciudadanos y organizaciones, por lo que es necesario que se estimule la corresponsabilidad en las decisiones y acciones orientadas a solucionar los problemas de la colectividad, a través de la inversión pública, y, específicamente, por medio de los PIP.

**Cuarto propósito:** conocer las expectativas del proyecto por parte de los sujetos y/o grupos involucrados. Dentro de las limitaciones se ha evidenciado que en la difusión de los PIP, el proceso de retroalimentación y la satisfacción de las necesidades resultan

negativos, pues se evidencia una baja valoración de la interacción entre las unidades formuladoras y ejecutoras de los PIP y las comunidades u organizaciones del área de influencia, lo que obstaculiza obtener un conocimiento sólido y fidedigno sobre las expectativas de los sujetos y/o grupos involucrados respecto a la ejecución y alcances de los proyectos y programas, que se supone están orientados a la solución de problemas comunes. En ese sentido, se demanda, de manera esencial, impulsar estrategias comunicativas que procuren la permanente retroalimentación entre los entes que gestionan los PIP y los actores involucrados, sean estos internos o externos a las comunidades. Se ameritan sistemas que permitan valorar las apreciaciones de los ciudadanos, grupos y organizaciones respecto a los propósitos, procesos, avances y resultados de los PIP.

El modelo propuesto se centra principalmente en la activación de una Sala Situacional de Comunicación Efectiva (SSCE-PIP), que permita diseñar e implementar estrategias, mecanismos e instrumentos para la recolección, procesamiento, análisis, almacenamiento y distribución de información relativa a los programas y proyectos de inversión pública que se desarrollan en el Departamento de Loreto. Se contempla una activación e integración efectiva entre los elementos de la comunicación mediante los siguientes procesos:

a) La SSCE-PIP se encarga de desarrollar mecanismos para hacer expedita la transmisión de información desde las unidades gestoras de los PIP, considerando que estos no necesitan procesar y codificar contenidos para difundirlos hacia la colectividad, siendo la sala la encargada de estos procesos, lo que representa una potenciación del emisor – productor de la comunicación. Adicionalmente, se diseñan y activan herramientas para propiciar que los ciudadanos actúen también como emisores – productores de información que se requiere para fortalecer los procesos de gestión de los PIP.

b) En cuanto al receptor – consumidor, que está representado en el conjunto de ciudadanos, organizaciones comunitarias, organizaciones privadas, activistas políticos – comunitarios, profesionales, dependencias públicas y otros, con quienes se establece una interacción que se hace progresivamente más dinámica, pues inicialmente se procura que la colectividad tenga acceso a la información sobre los PIP, para, luego, ir potenciando instrumentos que permitan la retroalimentación y participación activa por parte de los ciudadanos, en cada una de las fases de desarrollo de los proyectos y programas.

c) Mediante este modelo se potencia el uso de una amplia diversidad de canales de comunicación: medios tradicionales (prensa, radio y televisión), medios digitales (página web, correo electrónico, redes sociales, entre otros), así como medios colectivos, participativos y presenciales (diagnósticos y asambleas comunitarias, mesas de trabajo, reuniones, diagnósticos comunitarios), pues cada uno de ellos ofrece potencialidades que deben ser aprovechadas en el cumplimiento de los objetivos de difusión de los PIP.

d) El flujo – mensaje, contexto y código son elementos que se fortalecen mediante un tratamiento sistemático, riguroso y profesional de la información, pues se produce efectivamente el proceso de codificación del mensaje, se consideran los aspectos contextuales de la región y se seleccionan los datos que requiere cada uno de los usuarios de la colectividad.

e) El efecto – retroalimentación se fortalece como proceso mediante el MCE-D-PIP, pues primero se afianza la transmisión de información desde los entes gestores de los PIP hacia los sujetos, grupos y organizaciones del entorno, y luego se establecen estrategias y mecanismos para la generación de respuestas y participación por parte de la ciudadanía.

En consecuencia, las conclusiones están dadas en función a las respuestas a cada una de las hipótesis específicas.

Respecto de la hipótesis específica 1, no se cuenta con talento humano, tecnologías y estrategias de comunicación acerca de los PIP, advirtiéndose escasa identificación y conocimiento sobre los receptores de la información. Además, no se cuenta con procesos formales para la recolección, procesamiento y selección de la información a difundir, viéndose una limitada contextualización e inadecuada codificación del mensaje, con el consiguiente desaprovechamiento de la diversidad de canales de comunicación para difundir la información.

En cuanto a la hipótesis específica 2, no se conocen las necesidades informacionales de la ciudadanía, por lo que la difusión de información sobre los PIP no ha sido útil para estimular participación ni contraloría social. Los actores expresan sus necesidades informacionales en torno a los PIP, lo que se constituye en base para la construcción de un nuevo modelo de difusión. Se aprecian limitaciones en el contenido informativo sobre los PIP al cual ha tenido acceso la ciudadanía, no se atiende efectivamente a las necesidades informacionales presentes, tampoco se proyectan las necesidades informacionales futuras, predominando la expresión de necesidades informacionales sobre los PIP en usuarios individuales, evidenciándose una baja expresión de consumidores colectivos.

En relación a la hipótesis específica 3, acerca de que los elementos del modelo de comunicación se deben integrar de manera efectiva para la difusión de los programas y proyectos de inversión pública en el Departamento de Loreto, Perú, es necesario el Modelo de Comunicación Efectiva para la Difusión de los PIP (MCE-D-PIP), cuyo objetivo es establecer canales de interacción oportunos y satisfactorios entre los ciudadanos y los entes de gestión pública, favoreciendo la construcción de una imagen más positiva por parte de la ciudadanía, incentivando un mayor control social de la inversión pública, y propiciando mecanismos de participación activa y compromiso de los sujetos, grupos y/u organizaciones involucradas.

Respecto a la hipótesis específica 4, los PIP tienen su origen en la priorización y formulación de problemas – necesidades de las comunidades del entorno. Se evidencia escasa información sobre fase de preinversión que se difunde hacia la ciudadanía. Además, la información sobre la fase de inversión no es oportuna, completa ni dinámica, mientras que la difusión de los PIP y su fase de post-inversión no estimula la valoración social de sus resultados y efectos.

En cuanto a la hipótesis específica 5, con la implementación del Modelo de Comunicación Efectiva propuesto para la Difusión de los PIP (MCE-D-PIP) se proyectan beneficios a nivel de los emisores y los receptores.

## **Referencias**

- Banco Central de Reserva del Perú (2018). Caracterización del Departamento de Loreto. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Iquitos/loreto-caracterizacion.pdf><https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Iquitos/loreto-caracterizacion.pdf>
- Håkansson, A. (2013). Portal of research methods and methodologies for research projects and degree projects. *CSREA Press USA*. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:677684/FULLTEXT02.pdf>

- Hargie, O. (2016). The importance of communication for organisational effectiveness. In Lobo, F. (ed.) *Psicologia do Trabalho e das Organizações*. Axioma.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ª Ed.). McGraw-Hill.
- IMF (2015) *Making public investment more efficient*. International Monetary Fund.
- Magdalinou, A., Mantas, J., Montandon, L., Weber, P., & Gallos, P. (2019). Disseminating Research Outputs: The CrowdHEALTH Project. *Acta Informatica Medica*, 27(5), 348. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7085311/>
- Marulanda, J. (2015). *La transformación de los modelos de la comunicación en el surgimiento de la sociedad de la información: Del modelo de flujo unidireccional a la comunicación descentralizada*. [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona].
- Mea, M., Newton, A., Uyarra, M. C., Alonso, C., & Borja, A. (2016). From science to policy and society: enhancing the effectiveness of communication. *Frontiers in Marine Science*, 3, 168. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmars.2016.00168/full>
- Miller, M., & Mustapha, S. (2016). *Public investment management*. Overseas Development Institute. <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/resource-documents/11064.pdf>
- Oetzel, J. (2017). Effective intercultural workgroup communication theory. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 1-5. <https://doi.org/10.1002/9781118783665.ieicc0025>
- Oficina de Gestión de la Información y Estadística (2019). Carpeta Georeferencial Región Loreto Perú. In *Congreso de la República*. Dirección General Parlamentaria,. <http://www.congreso.gob.pe/Docs/DGP/GestionInformacionEstadistica/files/i-16-loreto.pdf>
- Palella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.
- Plan, Jordan Economic Growth (2018). Technical Guide For Pre-Selection Of Public Investment Projects.
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. (1ª Ed.). Red Tercer Milenio. [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos\\_de\\_comunicacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf)
- SIRTOD. (2020). *Características Generales: Loreto*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. <https://systems.inei.gob.pe/SIRTOD/app/caracteristicas>
- Vera, F. (2014). *Comunicación efectiva. Contenidos Declaratorios*. Universidad de Aconcagua. [https://alumnosfermeriauac2014.files.wordpress.com/2014/04/manual\\_comunicacion\\_efectiva\\_contenidos\\_declarativos.pdf](https://alumnosfermeriauac2014.files.wordpress.com/2014/04/manual_comunicacion_efectiva_contenidos_declarativos.pdf)

**ESTUDIO COMPARATIVO DE SOFTWARE LIBRES Y SOFTWARE  
GRATUITOS PARA LA EDICIÓN DE VIDEO  
COMPARATIVE STUDY OF FREE SOFTWARE AND FREWARE FOR VIDEO EDITING**

**Manuel Scarani Delgado**

Universidad Internacional Iberoamericana, Uruguay

([ms23@vera.com.uy](mailto:ms23@vera.com.uy)) (<https://orcid.org/0000-0002-1477-2648>)

---

**Información del manuscrito:**

**Recibido/Received:** 12/08/2022

**Revisado/Reviewed:** 14/09/2022

**Aceptado/Accepted:** 03/09/2023

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

edición, software libre, software gratuito, comunicación, benchmarking.

Se realizó un estudio comparativo de software de edición de video, con la premisa de que fueran software libres o software gratuitos. Se hizo un estudio de Benchmarking, tomando como referencia los considerados hasta el momento como los mejores de su clase, Da Vinci Resolve y Hitfilm Express. Para seleccionar al resto de los software se hizo una investigación en bibliografía e Internet. Cuando se encontraron software con potencialidad, los pasamos por filtros de selección, que nos permitieron llegar a los programas que estábamos buscando para nuestra investigación, estos fueron Kdenlive y Shotcut. Sometimos los programas seleccionados, junto a los de referencia, a diferentes cuestionarios y test. Cada programa obtuvo un puntaje, y se hizo el estudio comparativo. Los resultados indicaron que, en términos generales, los software libres estaban a la par de los referentes, incluso en algunos ítems, como formatos y códecs, por encima. Concluimos que, con las particularidades de cada programa, que privilegian algunas características por sobre otras, cualquiera de los cuatro programas que finalmente analizamos es digno de considerárselo un excelente editor de video. Además, los software pueden considerarse bienes culturales de esta nueva era digital. Forman parte de los nuevos medios de comunicación, los cuales se deben observar con nuevos paradigmas. La corriente del software libre podría tomarse como uno de los nuevos paradigmas de Comunicación para analizar la nueva realidad.

**ABSTRACT**

**Keywords:**

edition, free software, freeware, communication, benchmarking.

A comparative study of video editing software was carried out, with the premise that they were free software or freeware. A Benchmarking study was made, taking as reference those considered up to now as the best of its kind, Da Vinci Resolve and Hitfilm Express. To select the rest of the software, an investigation was made in the literature and the Internet. When software with potential was found, we passed it through selection filters, which allowed us to reach the programs we were looking for for our research, these were Kdenlive and Shotcut. We were subjecting the selected programs, along with the reference programs, to different questionnaires and tests. Each program obtained a score, and the comparative study was made. The results indicated that, in general

terms, free software was on par with the referents, even in some items, such as formats and codecs, higher. We conclude that, with the particularities of each program, which privilege some features over others, any of the four programs that we finally analyzed is worthy of being considered an excellent video editor. In addition, software can be considered cultural assets of this new digital age. They are part of the new media, which must be observed with new paradigms. The current of free software could be taken as one of the new communication paradigms to analyze the new reality.

---

## Introducción

El problema que se abordó fue contar con la posibilidad de editar video, con software libre o gratuito, sin tener que pagar las costosas licencias. Ya sea en el ámbito educativo o profesional. Lo que hicimos fue determinar los software más apropiados y sacar conclusiones de acuerdo a los resultados del estudio comparativo. Muchas veces para editar hay apego a determinados software privativos. Este estudio pretende brindar una solución de calidad, tanto en el ámbito profesional como académico, para manejar diferentes alternativas. Entiendo que en la edición lo más importante es la teoría y su aplicación práctica, al servicio de lo que se está contando.

Con la expansión de las Tics y el abaratamiento de los equipos de filmación, estamos ante la democratización de la producción audiovisual. En esta investigación se trató del acceso a los medios en la etapa de postproducción. Las nuevas tecnologías han permitido pasar del consumidor al prosumidor, que crea contenidos. Pero, ¿Toda creación es buena?

El objetivo general de la investigación consistió en comparar los mejores software de edición de video libres con los mejores gratuitos. Para ello se fueron alcanzando una serie de objetivos específicos. El primer objetivo específico fue definir conceptos esenciales y categorías de análisis tales como: montaje y edición, software libre, software gratuito, licencias, derechos de autor, benchmarking, nuevos paradigmas de comunicación, y variables.

El segundo objetivo específico consistió en identificar los software de edición de video libres, y software gratuitos, válidos para el sistema operativo Windows. Hitfilm y Da Vinci Resolve tienen versiones freeware, programas privativos puestos a disposición de los usuarios sin costo. Sus versiones gratuitas son muy buenos editores y los que tomamos como referencia por ser considerados, previamente a la investigación, como los mejores de su clase. Por otra parte dentro de los software libres fueron seleccionados algunos con potencialidad.

Para el tercer objetivo específico se emplearon filtros para hallar los software más apropiados para la edición profesional, estos fueron:

1. Que trabajen y exporten en calidad de Full HD, 1920 x 1080 pixeles.
2. Que al trabajar en el programa este no tenga limitaciones en funciones básicas o avanzadas necesarias para editar, y que para trascenderlas haya que acceder a la versión paga del mismo.
3. El entorno o interfaz profesional fue otro criterio de preselección.
4. La elevada curva de aprendizaje del software fue otro elemento para descartarlo.
5. Agregamos un quinto filtro de herramientas profesionales de video y sonido.

Los que superaron estos filtros, de todos los software seleccionados, fueron Shotcut y Kdenlive. En el cuarto objetivo específico, los software seleccionados fueron evaluados, analizados y comparados. En el quinto objetivo específico, los software seleccionados fueron clasificados, según sus características y utilidades, para la etapa de edición y postproducción audiovisual.

### *Montaje y Edición*

Con los avances tecnológicos aparecen las cámaras de video, y se introduce un nuevo concepto y forma de proceder, la película ya no se monta una sobre otra, sino que se edita. La isla de edición analógica de video lineal, funcionaba al reproducir el contenido de un videocasete de cinta magnética, y grabarlo en otro casete. Mientras en un videoreproductor, se reproducía lo filmado, en un videograbador se grababa el fragmento

seleccionado. El primero era el player, que reproducía el contenido que se había rodado, el segundo era el recorder, que grababa el plano elegido.

Tomando este modelo de funcionamiento analógico, se desarrolla la interfaz y distribución de los elementos en los editores digitales informáticos, en los cuales, sí se puede alterar el orden de los planos elegidos muy fácilmente, a esto se le llama edición no lineal. Murch (2003) decía en el año 1995 que las futuras computadoras hogareñas serán la envidia de los profesionales de su época porque se podrá hacer de todo y tenía razón. Hoy las computadoras son mucho más potentes que las viejas islas de edición analógicas.

### ***Sistemas Operativos y software***

Los sistemas operativos permiten la comunicación del usuario con el computador. A cualquier computadora, se le puede instalar el sistema operativo Windows o Linux. Linux es gratuito y Windows es pago. Macintosh tiene su propio sistema operativo Mac OS. La investigación se desarrolló en el sistema operativo Windows. Para mayor utilidad de la investigación además señalamos si los programas analizados funcionan en los demás sistemas operativos.

El software privativo es el que se debe pagar para poder utilizarlo. En este estudio no nos ocuparemos de este tipo de software. Cascante (2013) menciona que en el caso del software privativo no se tiene acceso a los algoritmos del software, se desconoce su funcionamiento y por eso puede ser potencialmente inseguro para el usuario. También menciona que hay un oligopolio de las compañías de software y su alto costo lo hace difícilmente accesible para los países en vías de desarrollo.

El software gratuito (freeware) pertenece a empresas privadas que lo ponen a disposición del público, para su utilización, sin costo. Estos programas mantienen reservado el código fuente.

Cabe destacar que no es lo mismo software gratuito que software libre. Richard Stallman referente e impulsor del movimiento de Software Libre menciona que el software libre para que sea libre debe tener 4 verdades fundamentales “nos referimos a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el software”. (Stallman, 2004, p. 45)

1-Libertad para ejecutar el programa.

2-Libertad para estudiar y adaptar el programa, el acceso al código fuente es fundamental.

3-Libertad para distribuir copias y ayudar.

4-Libertad para mejorar el programa y luego publicarlo para el bien de toda la comunidad.

Un concepto fundamental en el software libre es que no se trata de una cuestión de gratuidad, se trata del tema de libertad. Stallman (2004) agrega que es bueno no depender de las grandes corporaciones de software, para poder ser libre. Y que el software libre cada vez tiene más aceptación. Además, el usuario común puede contratar a algún programador para mejorar el software, corregir errores o añadir funcionalidades. Cascante (2013) menciona que la NASA, Google y Amazon utilizan software libre, y las películas como Avatar, Toy Story, Shrek también se realizaron con software libre.

### ***Derechos de autor***

El derecho de autor es uno de los derechos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En la página oficial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual vemos que:

En la terminología jurídica, la expresión “derecho de autor” se utiliza para describir los derechos de los creadores sobre sus obras literarias y

artísticas. Las obras que se prestan a la protección por derecho de autor van desde los libros, la música, la pintura, la escultura y las películas hasta los programas informáticos, las bases de datos, los anuncios publicitarios, los mapas y los dibujos técnicos. (OMPI, 2022)

Se protegen los derechos de las obras literarias, películas y programas informáticos entre otros. Se puede proteger un guion, una película editada, y los programas de edición. Se protege el derecho patrimonial y el derecho moral de la obra. El software libre y el software gratuito permiten el acceso a los medios sin violentar el tema de los derechos de autor. El derecho a la educación es un derecho humano, por eso me parece muy oportuno aplicar el software libre en la educación, para garantizar el acceso a las herramientas informáticas.

### **Piratería**

La piratería toca varios temas: la brecha digital, el acceso a los medios, la democratización, los derechos de autor y la propiedad intelectual, entre otros. En este trabajo se plantea una alternativa a la piratería, utilizando software legal. En el software gratuito se depende de la buena voluntad de la compañía privada, mientras que el software libre emancipa aún más ya que tiene un espíritu colaborativo y solidario. Con estos dos tipos de software no se incurre, en problemas de ilegalidad en caso de no contar con la licencia.

### **Licencias**

Las licencias son una de las variables a estudiar, el tema es complejo ya que las hay de varios tipos. La licencia es un contrato en el cual se permite al usuario utilizar el software; y modificar, copiar y distribuir en el caso de las licencias libres. En nuestro trabajo veremos a que tipo de licencia pertenece cada programa seleccionado. En la página web de OMPI (2022) vemos que: “A los efectos del derecho de autor, los programas informáticos y otros tipos de *software* se consideran obras literarias.” Los tipos de licencia de software básicamente se dividen en dos partes, por un lado las licencias que pertenecen a software privativo y por otro las que pertenecen a software libre.

En el trabajo de Bugna y Friss de Kereki (2017) vemos que las licencias de tipo privativo incluyen todo tipo de licencias que no son libres. Dentro de las privativas en nuestro trabajo nos interesa la categoría *Freeware*(*Software gratuito*), es el software que pertenece a compañías que lo ponen a disposición del usuario para su utilización. Pero no se puede modificar, ya que su código fuente no está disponible.

Por otra parte Moreno (2015) señala que el *software libre* da libertad al usuario, porque al dejar el código abierto se comparte y colabora con otros. El software libre va más allá de la gratuidad del mismo, fomenta valores de libertad y cooperación. “Cuando hablamos de software libre, estamos refiriéndonos a la libertad, no al precio.” (Stallman, p. 206) El software con copyright pone límites al usuario ya que este no puede copiar, distribuir o modificar el programa.

Pero incluso el copyleft se garantiza a través del copyright. Por lo que el derecho de autor es muy importante, pues le da garantías al copyleft de que se cumplan las condiciones de la licencia. El copyleft, se registra con copyright, permitiendo copiar, distribuir, o modificar, pero estableciendo como condición que al modificar el programa se queda obligado a que el resultado también se mantenga libre, y se pueda copiar, distribuir y modificar. GPL (Licencia pública general GNU o GPL-GNU) fue creada por la Free Software Foundation. “Protegemos sus derechos por medio de la combinación de dos medidas: (1) ponemos el software bajo copyright y (2) le ofrecemos esta licencia, que le da permiso legal para copiar, distribuir y/o modificar el software.” (Stallman, p.207)

### ***Estudio comparativo. Benchmarking***

El benchmarking consiste en un proceso de estudiar las mejores prácticas y/o productos de un sector, interno o externo, con la finalidad de implementar e incorporar mejoras, adaptándolas a las cualidades de la propia organización o producto. De las fases del método de benchmarking planteadas por Robert Camp, referente del tema, (Hernández y Cano, 2017), utilizamos solamente las dos primeras fases, Planeación y Análisis. Planificar qué vamos a estudiar, cómo lo vamos a realizar y la forma de recabar los datos. Luego esos resultados los analizamos para llegar a las conclusiones.

Spendolini (1992) en su texto da un abanico de posibilidades para definir Benchmarking, pues son muchas las opiniones de la disciplina. Utilizando esas posibilidades, y adaptándolas a nuestro estudio la definición que tomamos es la siguiente: “Es un proceso analítico y continuo para comparar los productos, servicios y procesos de trabajo de las Compañías u Organizaciones que son reconocidas como las mejores de su clase con el propósito de hacer una comparación organizacional.” HitFilm Express y Da Vinci Resolve, que tienen versiones gratuitas, son el benchmark o modelo a seguir. Estos programas fueron elegidos como los modelos a seguir ya que previamente a esta investigación fueron utilizados de manera satisfactoria obteniendo productos audiovisuales de calidad. No sucedió lo mismo con los software libres que anteriormente a esta investigación presentaban algunos inconvenientes en algunas funciones.

### ***Nuevos Paradigmas de Comunicación***

Internet y las nuevas tecnologías han sido claves para que se desarrolle una nueva realidad, la cual debe ser revisada con nuevos paradigmas. Los viejos paradigmas están obsoletos. Hoy en día, el usuario medio puede producir contenido para las redes y publicarlo para llegar a mucha gente. Impensado en los paradigmas clásicos de la Comunicación, dónde la comunicación de los medios era unidireccional. Para entender esta nueva realidad se requiere recurrir a nuevos paradigmas. Eduardo Ruiz menciona en su trabajo sobre Serrano y Barbero, y la teoría de las mediaciones que: “todo proceso social, especialmente de comunicación, no es lineal ni directo, es mediado” (Ruiz, 2004).

En el caso de los nuevos Medios de Comunicación, la comunicación esta mediada por computadora. Un usuario standard, puede editar material audiovisual y subirlo a la red. Hoy la red está llena de material audiovisual creado por los usuarios, con diferentes niveles de calidad técnica y de contenido. Gómez (2017) dice que el ordenador personal aparece como un protagonista en la lectura y creación audiovisual, de arte, música, video, videojuegos y animación. Mascarell (2016) comenta que los celulares han democratizado el mundo de la producción audiovisual, más de lo que lo hacían las cámaras de video. Con el celular se puede obtener material para luego ser editado en una laptop manejando mejores opciones de edición que el móvil.

Las teorías de Emirec y Prosumidores son dos posturas enfrentadas, Aparici y García Marín (2018) comentan que usualmente se toman como sinónimos, pero son conceptos opuestos. El Prosumidor se muestra como un sujeto alienado y funcional al sistema que produce contenidos gratis en su tiempo libre. Mientras que el Emirec, (emisor y receptor), es un sujeto empoderado que tiene una mirada crítica. El Emirec comunica desde una posición de libertad.

Scolari (2017) manifiesta la necesidad de observar la realidad de la comunicación y los nuevos medios con nuevos paradigmas. Alude que algunos de los paradigmas conocidos ya están obsoletos, y estoy de acuerdo con esta visión que tiene. Nombra a Lev Manovich el cual tomé como marco teórico, porque aporta una perspectiva importante para la presente investigación, y que encaja como anillo al dedo.

### **Lev Manovich**

En su libro “El software toma el mando”, Manovich (2008) menciona la importancia del software en la sociedad actual, dice que está presente en casi todo, y hay un engranaje para que la tecnología y los dispositivos sean compatibles, unos con otros. Sin embargo, el software permanece invisible para los teóricos de la comunicación. Se habla de Internet y de los nuevos medios, pero al software que subyace todos estos nuevos paradigmas, no se le ha prestado atención.

Señala además que movimientos de Open Source son la excepción, este movimiento si se ha detenido a pensar en esto y en temas de derecho de autor. A lo que yo le agrego que también está presente el movimiento de Software Libre que es diferente al movimiento Open Source. Manovich (2008) indica que para estudiar los nuevos medios se deben estudiar las computadoras y los software, y conocer la realidad que hay en ellos. Utiliza el término software cultural para remitirse a los software de creación y distribución de contenidos. Un software de edición estaría dentro de esta categoría de software cultural.

Agrega que la sociedad contemporánea puede ser catalogada como una sociedad de software, dónde este último toma un papel central de la cultura. Afirma que leer el código fuente del programa no ayuda, es decir no se trata de estudiar el software desde el punto de vista informático o la forma como está escrito el código. La corriente del software libre manifiesta otra idea al respecto. Para la corriente de software libre es esencial acceder al código fuente ya que da libertad al usuario. Es bueno ver dos puntos de vista diferentes, y contrapuestos, sobre la misma cuestión.

En otro de sus libros, “El lenguaje de los nuevos medios”, Manovich (2006), dice que los nuevos medios, Internet, sitios web, multimedia o videojuegos, tienen en común al ordenador. Además este se utiliza como herramienta para la producción, distribución y exhibición de contenidos. Hoy en día la comunicación está mediatizada por el ordenador. Los medios actuales se reducen a datos numéricos, ceros y unos, que son procesados por la computadora, ya sea gráficos, sonido, videos, textos, etc. Mediante cálculos y algoritmos matemáticos se le puede quitar ruido a una fotografía. Destaca que los nuevos medios requieren una nueva etapa en la teoría. Para comprenderlos se debe poner atención en la informática, y pasar de teoría de los medios a teoría del software.

### *José Luis Orihuela*

Orihuela (2002) en su artículo se refiere a que, Internet ha trastocado los paradigmas que antes nos ayudaban a comprender los medios masivos de comunicación. Sistematiza diez nuevos paradigmas con los cambios que emergen en la red y dan lugar a lo que él llama la e-comunicación. Su pensamiento va en consonancia con lo que menciona Scolarari de la necesidad de contar con nuevos paradigmas para interpretar la situación actual. Debido a Internet y las nuevas tecnologías la sociedad ha ido cambiando. Si bien Orihuela no menciona en ningún momento al software, estos nuevos paradigmas nos permiten ubicarnos en el contexto de esta nueva realidad actual. Internet reúne a todos los medios, es un nuevo medio, y dispuso que los viejos medios redefinieran su identidad. Internet con su formato multimedia reclama producción audiovisual. Los videos están presentes en la web, cine, televisión, prensa, radio, foros y redes sociales. Para producir contenido audiovisual están los software que analizaremos.

### *Richard Stallman*

Si considero lo oportuno de Lev Manovich, ver al software como un nuevo medio, entonces puedo tomar la corriente del software libre de Stallman, como una corriente o paradigma dentro de la comunicación. El software libre no solo se refiere a una cuestión de precio o gratuidad, sino de libertad, y esa posibilidad de emancipación es lo que, a mi entender, determina a la corriente de software libre como un paradigma de la

comunicación.

El software libre es respetuoso con el tema de los derechos de autor. Fomenta la democratización, valores de solidaridad y el acceso a los nuevos medios, principalmente en países en vías de desarrollo. Indudablemente el software libre tiene varios plus sobre el freeware (software gratuito). Cuando el software libre llega a un nivel de calidad alto, beneficia a mucha gente, queda como un bien colectivo y no se depende de algún software en particular.

### **Variables**

En el estudio vimos una serie de variables que analizamos para comparar los software, a continuación vemos algunas: *Resolución*. Las más utilizadas son Full HD, 4K y 8K. Full HD fue la referencia que tomamos. *Códecs*. Los códecs (*Compresión de videos*) son programas para codificar y decodificar archivos de audio y video, para así reducir su tamaño. Los códecs utilizan algoritmos para comprimir la información digital del video y audio, reduciendo el tamaño de los mismos para facilitar su transmisión y almacenamiento. Ejemplos de códecs: H264, MPEG4, WMV, H265.

*Formatos*. La cantidad de información viene determinada por la resolución, es decir las dimensiones horizontal y vertical expresada en pixeles, por ejemplo, Full HD (1920 x 1080 px) y la cantidad de cuadros por segundo, que pueden ser 24, 25, 30 o 60. Cuando hablamos de Formatos nos referimos a los formatos contenedores sumados a los códecs de archivos de audio y video. Podríamos decir que el formato es el “sistema” de almacenamiento más los códecs de compresión utilizados. Ejemplos de formatos: MP4, MOV, WMV, AVI, MKW.

*Pack de herramientas*. Hay determinadas herramientas clásicas que nos permiten llevar a cabo la tarea de edición: cortar, copiar y pegar, seleccionar clips, agrupar clips de video. *Sonido*. El sonido es muy importante, así como el número de pistas disponibles en el programa, la variación del volumen, los nodos y efectos sonoros. Poder sincronizar la toma de video con una toma sonora cuando se hace en dispositivos diferentes. *Títulos*. Posibilidades de agregar títulos y créditos en el video. Facilidad o dificultad, y las opciones disponibles. *Exportación*. La exportación tiene que ver con la resolución, los formatos contenedores y códecs de los videos. *Corrección de color y brillo*. Es una función importante para la estética final de la obra. El color en cine es aditivo y se forma por la luz. En este caso se forma por los pixeles. Los avances tecnológicos permiten retocar la imagen. Manovich (2006) señala que estas correcciones se dan mediante un conjunto de algoritmos.

## **Método**

### **Diseño de investigación**

La metodología que se empleó fue *mixta*, una parte cuantificada en una escala numeral y otra parte cualitativa. El Diseño de la investigación fue *descriptivo*, se especificaron propiedades y características de los software, y se cuantificaron los datos obtenidos en gráficas para compararlos. Se tomó información en un determinado momento. Fue no experimental, se observaron los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos. El corte de investigación fue *transversal*. Aunque se tomó en cuenta una experiencia previa, que fue un antecedente orientador, que le dio un toque longitudinal a algunas apreciaciones.

### ***Población y muestra***

La población que se estudió fueron software de edición de video libres o gratuitos, en el sistema operativo Windows. Fue un censo puesto que no hubo una muestra. La idea fue ver todos los programas que cumplieran estos requisitos para seleccionar los mejores. En base a una investigación por Internet se buscó dar con los posibles software. Fueron considerados todos los programas de edición libres y gratuitos.

### ***Instrumentos de medición y técnicas***

El test, a través de ejercicios de edición, con un cuestionario y puntaje, fue la herramienta principal para obtener datos de cada programa. Luego se hizo un estudio comparativo de benchmarking tomando como referencia los considerados hasta el momento como mejores programas. Cada instrumento de recolección de datos estuvo en función medir las variables de edición para después comparar los software.

### ***Procedimientos***

La primera parte de la investigación, para acceder a estos software, fue a través de la poca bibliografía existente y algunos sitios de Internet. En su momento visité varios, uno de ellos fue ABC do Video, de Lucas Conde, del cuál tomé en consideración una pequeña publicación en pdf "30 ferramentas gratuitas para la producao do vídeo", la cuál me sirvió como referencia. Allí sintetiza varios programas, los cuales consideré.

Con el tercer objetivo específico, de seleccionar los software más apropiados para la edición, en mente. Consideré diferentes software y siguiendo criterios de selección llegué a los software a analizar. Por un lado estaban los software gratuitos que compañías privadas los pusieron a disposición y eran a priori los software con más potencialidad, los cuales tomamos como referencia. De Hitfilm Express utilicé la versión 18. En el caso de Da Vinci utilicé la versión 15, una versión posterior no funcionó en mi equipo, i5 de séptima generación, con disco sólido y tarjeta Nvidia GeForce GTX.

Las versiones gratuitas de Hitfilm y Da Vinci Resolve, tienen algunas limitaciones, con respecto a sus versiones pagas, pero son suficientes para considerarlos excelentes editores, por eso los consideré como los modelos a seguir. Por otro lado estaban los software libres, que estudiamos para ver si podían acercarse o igualar a estos freeware. Los programas finalmente seleccionados, luego de superar los filtros expuestos en la introducción y que corrían en igualdad de condiciones en cuanto a la estructura de funcionamiento como editores de video, fueron Kdenlive y Shotcut, además de los ya mencionados.

El análisis lo realicé con herramientas de medición y testeo, cuestionarios y pruebas, sobre los programas seleccionados, y un estudio comparativo. Estableciendo puntajes y determinando las posibilidades de cada uno. Se realizaron varios test para medir las variables de los programas: resolución, interfaz con el usuario, pack de herramientas de video y sonido, ajustes, nodos, dificultad de aprendizaje, títulos y créditos, color, formatos y códecs. A continuación vemos los resultados comparativos de medir estas variables.

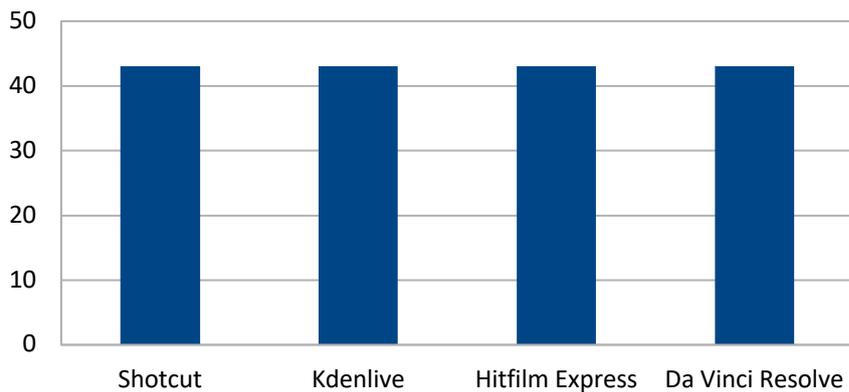
## **Resultados**

Encontramos solo dos tipos de licencia gpl-gnu con copyleft y freeware. Todos los programas están en un sitio web y tienen manual o video tutoriales, esto facilita su aprendizaje.

### **Resultado Resolución y Herramientas de video**

Todos los programas importan y exportan en Full HD y 4K. Los cuatro programas resultaron ser muy estables, funcionaron muy bien sin dar ningún problema. Las herramientas de edición de video de los 4 programas son muy buenas. En Shotcut para agrupar clips hay que hacerlo presionando la tecla Control y seleccionando los diferentes clips. En Kdenlive para agrupar clips se debe presionar la tecla Shift más un clic con el mouse.

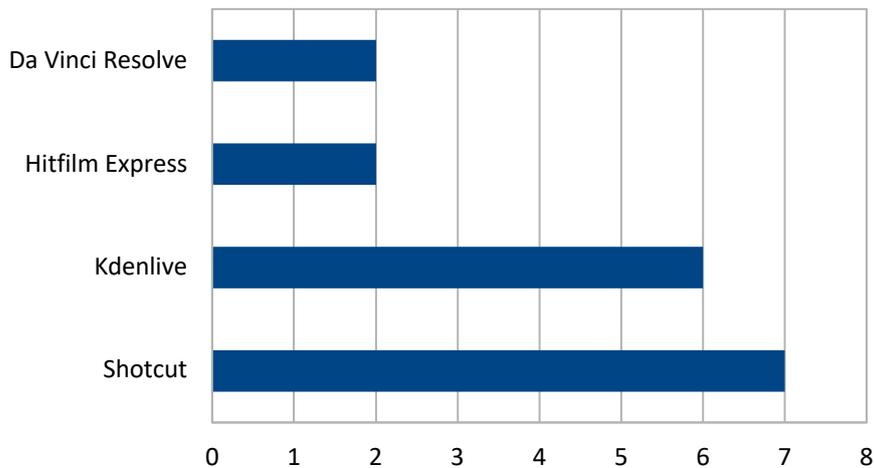
**Figura 1**  
*Resultado Test 1*



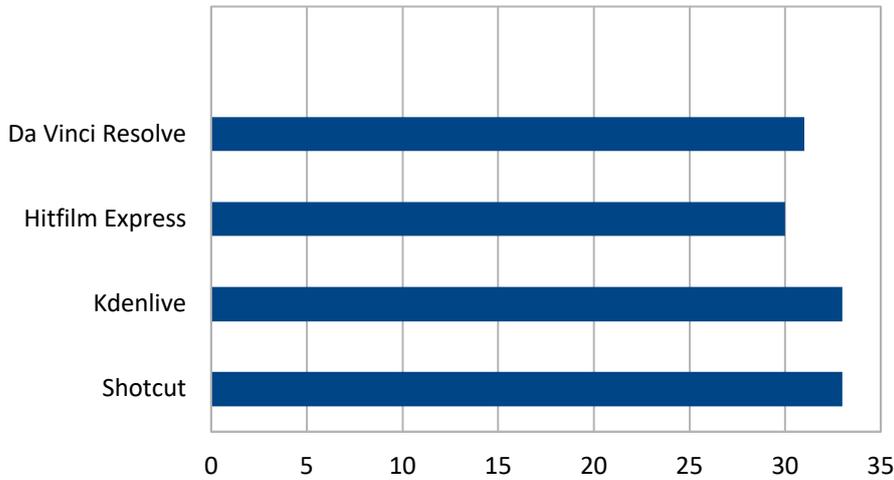
### **Resultado de Sonido**

El sonido es un recurso muy importante para el lenguaje audiovisual, es una variable que hay que considerar para la edición.

**Figura 2**  
*Resultado de exportación de sonido*



**Figura 3**  
Resultado del test de sonido



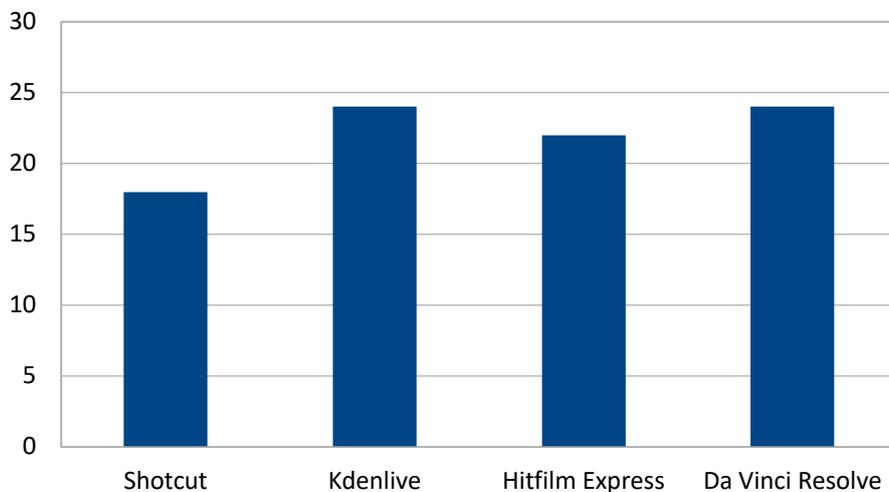
El programa que tiene mas códecs de sonido es Shotcut seguido por Kdenlive, ambos alejados de los demás programas. Cuando comparamos las herramientas de sonido en total está muy parejo, pero el mayor puntaje lo obtuvieron los software libres Shotcut y Kdenlive.

Cuando de la gráfica sacamos el resultado de los códecs está parejo pero, la tendencia es hacia los freeware. Los Formatos y códecs marcan la diferencia en este test. Los software libres aventajan en los códecs y están a la par en el resto de herramientas apenas por debajo de Da Vinci y Hitfilm.

*Resultado Títulos y créditos.*

En Shotcut los títulos se hacen mediante filtros y se requiere un aprendizaje mínimo. Hitfilm tampoco es intuitivo, requiere un aprendizaje mínimo y ver algún tutorial.

**Figura 4**  
Resultado de títulos y créditos

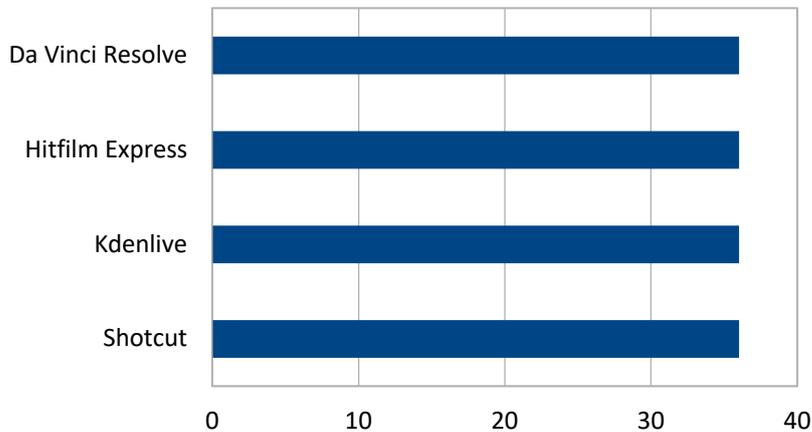


Kdenlive y Da Vinci son los dos programas que sobresalen en este test, en ambos programas se puede hacer de manera intuitiva y excelente.

**Resultado Corrección de color y efectos.**

Los programas tienen ajustes de imagen, color y efectos de imagen, son excelentes en todos los cuestionarios. Por lo que obtienen el máximo puntaje en todos los ítems.

**Figura 5**  
*Resultado de Ajustes y Color*

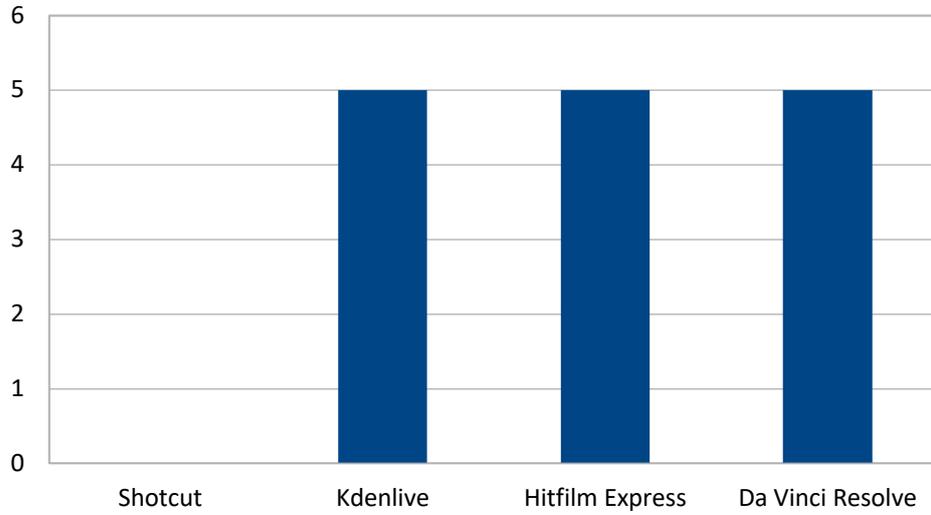


Si bien Da Vinci es el programa referente de posproducción del color. Con todos los programas se pueden hacer arreglos de color, tonalidad, brillo y algún efecto de manera excelente. Con matices de diferencia, características de cada programa, todos fueron obteniendo el máximo puntaje en el cuestionario. Con todos los programas se puede hacer un trabajo digno de posproducción de color.

**Resultado Sincronización de audio**

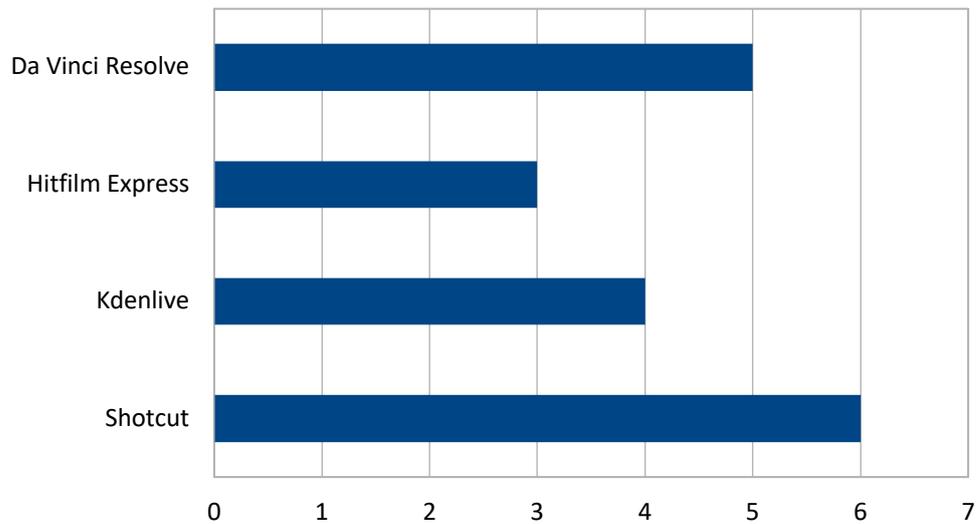
Con Kdenlive, Hitfilm y Da Vinci se puede sincronizar sonido de manera automática. Es decir, una toma de video con una toma sonora, registrada con dispositivos diferentes. En el caso de Shotcut no es posible y se debe hacer de forma manual. En Da Vinci es muy fácil hacerlo se debe enlazar los clips y haciendo clic en el botón derecho del mouse se va a la función *waveform*. En Hitfilm se hace seleccionando los clips en cuestión y con el botón derecho del mouse seleccionando *Merge* crea un nuevo clip con audio sincronizado. En Kdenlive también es sencillo asignando con el botón derecho del mouse un audio de referencia y sincronizando luego el clip a esa referencia.

**Figura 6**  
*Resultado sincronización de audio*

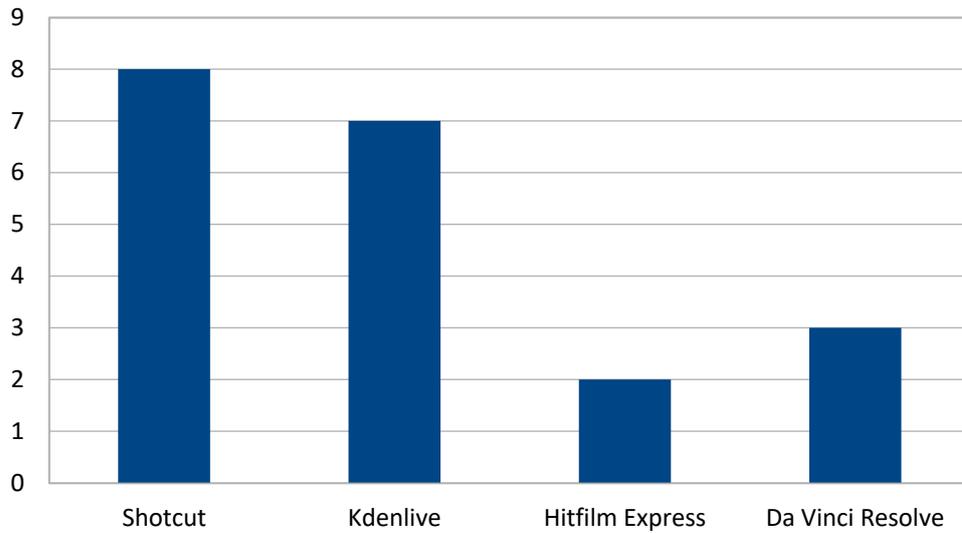


**Resultado Formatos y Códecs de exportación de video**

**Figura 7**  
*Resultado de Formatos de exportación de video*



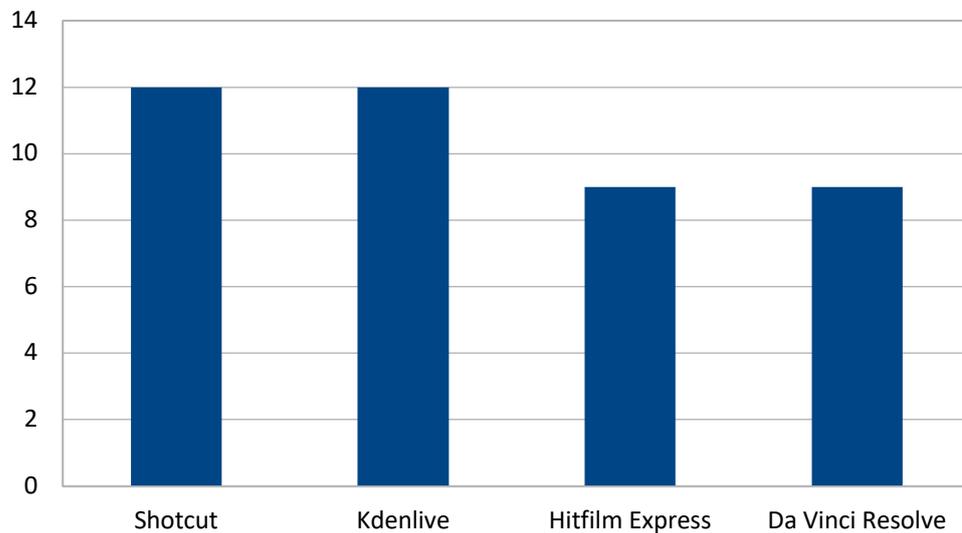
**Figura 8**  
*Resultado Códecs de exportación de video*



**Resultado Prueba de Formatos y Códecs**

Se realizó una prueba con un paquete de 6 archivos con diversos formatos y códecs de video y sonido. Probamos en cada programa si se podían importar correctamente.

**Figura 9**  
*Resultado de prueba de formatos y códecs*



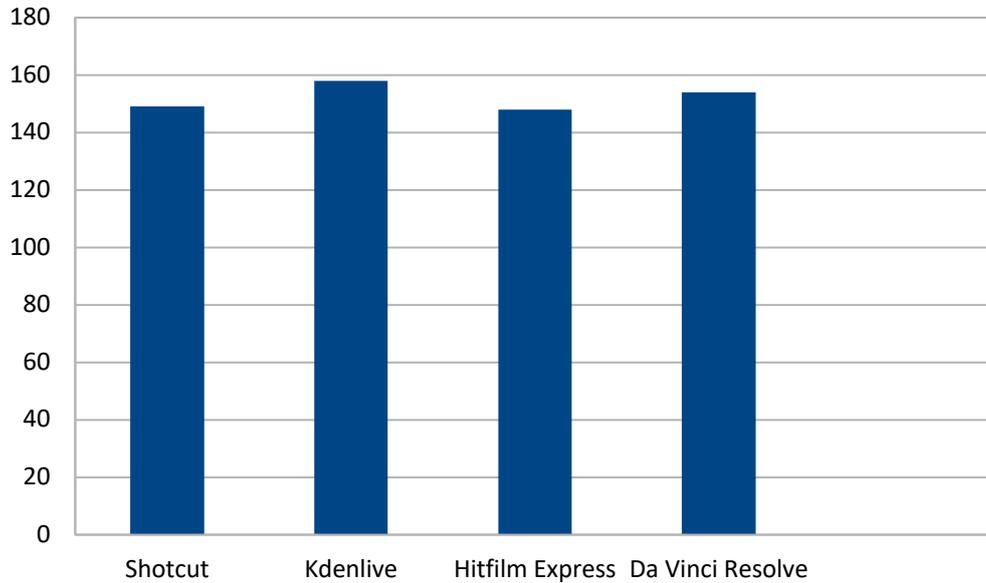
Con estas pruebas concluimos que los software libres son más generosos en cuanto a compatibilidad de formatos y códecs se refiere, procesan y exportan mayor cantidad de estos.

**Tabla 1**  
*Puntaje total comparativo*

<i>Test</i>	<i>Shotcut</i>	<i>Kdenlive</i>	<i>Hitfilm</i>	<i>Da Vinci</i>
<i>Resolución y Herramientas de video</i>	43	43	43	43
<i>Sonido</i>	26	27	28	29
<i>Títulos</i>	18	24	22	24
<i>Ajustes, color y efectos</i>	36	36	36	36
<i>Sincronizar AV</i>	0	5	5	5
<i>Formatos y Códecs de exportación</i>	14	11	5	8
<i>Prueba de Formatos y Códecs</i>	12	12	9	9
<b>Puntaje total</b>	<b>149</b>	<b>158</b>	<b>148</b>	<b>154</b>

**Figura 10**  
*Puntaje Total, gráfica comparativa 1*

Nota:



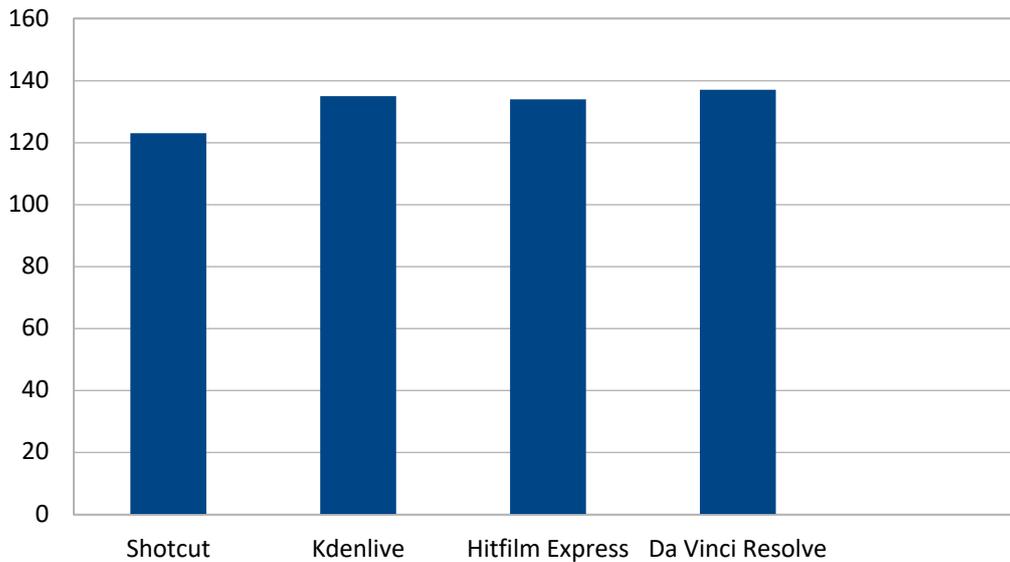
En

sonido se pone puntaje sin códecs para no sesgar el resultado. Por ello se agregó la prueba de formatos y códecs, la cuál es más exacta.

**Tabla 2**  
*Comparativa del puntaje total sin considerar formatos y códecs*

	<i>Shotcut</i>	<i>Kdenlive</i>	<i>Hitfilm</i>	<i>Da Vinci</i>
<b>Puntaje total sin test, ni prueba de formatos y códecs.</b>	<b>123</b>	<b>135</b>	<b>134</b>	<b>137</b>

**Figura 11**  
*Puntaje sin Formatos ni Códecs*



Sin considerar los formatos y códecs, en los cuales los software libres tienen ventaja, podemos observar que igualmente las gráficas demuestran que los programas están muy parejos en cuanto a los resultados obtenidos. Contemplando un margen de error, los software igual continuarían con un puntaje parejo.

## Discusión y conclusiones

### Discusión

Shotcut aparece como el programa más completo en formatos y códecs. Se puede seguir mejorando, y tiene la ventaja de que no requiere tantos recursos del sistema. Kdenlive es un programa balanceado parejo en todos sus aspectos, que ha mejorado muchísimo en su versión para Windows desde la última vez que había trabajado con él. No requiere tantos recursos del sistema. Hitfilm se caracteriza por los efectos especiales los cuales requieren una curva de aprendizaje, y es parejo en el resto de las funciones de edición de video, muy recomendado. No requiere tantos recursos del sistema. Da Vinci Resolve resalta en la parte de color, pero además es excelente editor con todas las funcionalidades. Como contra vemos que sus últimas versiones requieren computadoras potentes.

De acuerdo a los resultados del puntaje del estudio comparativo vemos que hay una gran paridad entre los cuatro programas finalmente seleccionados. Los cuatro software vistos son una muy buena opción para editores profesionales. El contenido que se haga con estos software es independiente de los mismos, la visión de prosumidores o emirecs que planteamos en el Marco Teórico sirve para contextualizar. Lo mismo sucede en el caso de los paradigmas de Orihuela que contextualizan el momento, sumado a que todos estos programas se descargan gracias a Internet.

Los programas analizados son software culturales que tienen además un valor simbólico. Estos programas de edición son íconos culturales, cada uno con sus características particulares. Debido a las carencias de nuevos paradigmas para estudiar los nuevos fenómenos de Comunicación, desde mi punto de vista, y siguiendo la línea de

pensamiento de Manovich, se puede considerar a la corriente del software libre como un nuevo paradigma dentro de la Comunicación.

¿Es necesario tener acceso al código fuente? Para alguien que no es programador no sería tan importante acceder al código fuente, pero sí brinda más transparencia al programa. Manovich menciona que no es necesario estudiar al programa desde el punto de vista informático sino más bien como bien cultural. Para manejar el software y editar no hace falta conocer el código fuente. Para adaptar o mejorar el programa si es necesario acceder al código fuente. El software libre da más acceso a los medios, principalmente en países del tercer mundo donde hay más desigualdad económica y muchas veces es difícil acceder a los costos del software privativo.

Los software libres y estos freeware que analizamos, pueden considerarse como una alternativa para acceder a los nuevos medios de comunicación, y de producción de contenidos, de una manera más democrática, reduciendo la brecha digital. Al estar en dominio publico los software libres tiene la ventaja por sobre los freeware que no dependen de la buena voluntad de las compañías, en el caso de que estas cambien de parecer y el software dejara de ser gratuito. Los software libres dan un paso más en cuestiones de libertad y humanidad, y constituyen parte del bien común.

Es muy bueno contar con programas libres que están a la altura de los pagos, para editar. También es muy noble que dos compañías hayan dejado disponibles dos excelentes editores en versiones gratuitas. Fernández Gómez y Moreno mencionan conceptos similares, que el software libre no es perenne puesto que no se depende de la empresa que desarrolla el software, en caso de que deje de dar soporte o abandone el mismo. Pero mientras se puedan seguir utilizando es algo muy bueno. Son excelentes opciones disponibles gracias a la gentileza de las compañías. En la página web de los programas se menciona que es con la finalidad de brindar acceso a los creativos y que el manejo del software no sea una limitante para un mundo mejor e inclusivo, también hay un ideal detrás de estos software.

Fernández Gómez menciona en su trabajo de 2016 que la situación de los software libres está cambiando puesto que ya han evolucionado mucho, pero que sin embargo le faltan herramientas como para hacer etalonaje profesional. Seis años después en el 2022, con Shotcut o Kdenlive actualmente se puede hacer un etalonaje más que digno. Los software libres ya están a la par de los freeware de las empresas privadas. El resultado arroja una paridad, sorpresiva, poniendo incluso en algunas funciones a los software libres por encima. En el 2018, no era así, los freeware comparativamente estaban por encima de los software libres.

### **Conclusiones**

1-El software libre lo podemos considerar como una teoría sobre los Medios. Internet y las computadoras son un nuevo medio de comunicación, y la filosofía del software libre puede ser tomada como un nuevo paradigma de Comunicación.

2-Los software libres de edición de video que vimos están a la par de los freeware analizados. Los que a priori aparecían un escalón por encima como editores y referentes eran Da Vinci Resolve y Hitfilm Express, pero de acuerdo al puntaje obtenido ya no es tan así.

3-Se puede formar un paquete de herramientas complementario con los cuatro software analizados. Dependiendo de las posibilidades técnicas y necesidades creativas, cada usuario podrá optar por una u otra alternativa o tener un combo con los cuatro programas. Los dos software libres y los dos freeware son una excelente alternativa a la piratería.

Da Vinci Resolve aparecía a priori como el mejor de la clase en cuanto a posibilidades de edición, color y efectos. Sigue siendo un referente, pero requiere la utilización de equipos potentes y tarjetas gráficas de última generación. Sin embargo, Hitfilm, Kdenlive y Shotcut se pueden utilizar con muy buenos resultados en equipos menos potentes. Shotcut y Kdenlive son programas muy fuertes en cuanto a formatos y códecs.

4-Da Vinci Resolve, Kdenlive y Shotcut funcionan en los tres sistemas operativos: Windows, Linux y Macintosh. Hitfilm funciona en dos: Windows y Macintosh.

5-El software libre es diferente del software gratuito. Los freeware analizados son excelentes herramientas que pueden complementarse con las del software libre. Sin embargo la filosofía del software libre da un paso más, ya que busca la emancipación, y es un bien común que beneficia a la humanidad por la posibilidad de su utilización sin limitantes.

## Referencias

- Aparici, R., & García Marín, D. (2018). Prosumidores y emirecs: Análisis de dos teorías enfrentadas. *Revista científica de educomunicación*, 26(55), 71-79.
- Blackmagic. (2023). *Liderando la revolución creativa*.  
<https://www.blackmagicdesign.com/company>
- Bugna, S., & Friss de Kereki, J. A. (2017). *Plataforma abierta de restauración de películas*. [Tesis de grado, Universidad de la República].
- Cascante Salas, W. (2013). *Uso del software libre como medio para democratizar la educación*.
- Conde, L. (s.f.). *30 ferramentas gratuitas para producao do vídeo*.
- Fernández Gómez, M. (2016). *Herramientas de software libre para la producción audiovisual en educación superior*.
- Gómez Alonso, R. (2017). La influencia de las nuevas tecnologías en la cultura audiovisual contemporánea. *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, 31, 67-80.
- Hernández Rodríguez, C., & Cano Flores, M. (2017). *La importancia del benchmarking como herramienta para incrementar la calidad en el servicio en las organizaciones*.
- Hitfilm. (2022). *HitFilm: software gratuito de edición de video y efectos visuales*.  
<https://fxhome.com/product/hitfilm-express>
- Kdenlive. (2022). *Características*. <https://kdenlive.org/es/download-es/>
- Manovich, L. (2006). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Paidós.
- Manovich, L. (2014). *El software toma el mando*. Editorial UOC.
- Mascarell, J. C. (2016). La producción audiovisual móvil. *adComunica*, 231-234.
- Melenchón, J. (s.f.). *Códec y Contenedor*. <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/codec-y-contenedor/#:~:text=Los%20c%C3%B3decs%20de%20v%C3%ADdeo%20m%C3%A1s,%20Quicktime%20MXF%20y%20WebM>.
- Moreno, J. S. (2015). Análisis de barreras de transición a software libre y creación de un protocolo de implementación en centros educativos. *3C TIC*, 4(2), 145-168.
- Murch, W. (2003). *En el momento del parpadeo*. Farenheit.
- Opiguá Digital. (Productor). (2017). *Carlos Scolari: "Hay que revisar las teorías de comunicación"*. [Video YouTube]. <https://youtu.be/9FfV2s2EzrI>
- Orihuela, J. L. (2002). *Los 10 paradigmas de la e-comunicación*.
- Ruiz, E. (2004). Ver a las mediaciones simplemente como unidades nos hace caer en un

error: la fragmentación". Una propuesta metodológica para la investigación de las mediaciones. *Punto cero*, 9(8), 64-68.

Shotcut. (2022). Shotcut es un editor de video gratuito, de código abierto y multiplataforma. <https://shotcut.org/>

Spendolini, M. (1992). *Benchmarking*. Editorial Norma S.A.

Stallman, R. M. (2004). *Software libre para una sociedad libre*. Traficantes de sueños.

White Paper. (2015). *Tecnologías de compresión de vídeo*. SAPEC.

**¿SAGRADA? FAMILIA: LA DESACRALIZACIÓN DE LA MATERNIDAD EN LA SERIE DE  
NETFLIX  
SACRED? FAMILY: THE DESACRALIZATION OF MOTHERHOOD IN THE NETFLIX  
SERIES**

**Laura Pacheco-Jiménez**

Universidad de Sevilla (España)

([lpacheco1@us.es](mailto:lpacheco1@us.es)) (<https://orcid.org/0000-0002-6610-6567>)

---

**Información del manuscrito:**

**Recibido/Received:** 23/04/2024

**Revisado/Reviewed:** 03/05/2024

**Aceptado/Accepted:** 07/05/2024

---

**RESUMEN**

**Palabras clave:**

series de televisión, series españolas, género, familia, maternidad

La representación de las madres en el cine y las series de televisión españolas se ha concebido sobre la idea de la mujer perfecta y, por ende, madre ideal, lo que provoca aún más presión sobre los personajes femeninos. El presente artículo tiene como objetivo estudiar las maternidades de la serie *Sagrada Familia* (Netflix, 2022-2023) con objeto de comprobar si estas mujeres se alejan de la idealización de la imagen atribuida a las madres. Con un enfoque cualitativo-descriptivo se analizan los siete personajes cuyas tramas giran sobre el cuestionamiento de la maternidad biológica o la representación de familias con madres disfóricas, entre otras. Partiendo de los estudios de género y el análisis de personajes, esta investigación analiza a estas madres desde diferentes puntos de vista como el tipo de maternidad que ejerce, cómo desarrolla la protección hacia sus hijos o su desarrollo laboral y vida sentimental, que tradicionalmente son dos aspectos que se utilizan para limitar a los personajes femeninos. Así, el presente estudio determina cómo *Sagrada Familia* contribuye a mostrar otro tipo de mujeres desacralizando así el concepto de maternidad.

---

**ABSTRACT**

**Keywords:**

television series, spanish series, gender, family, motherhood.

The representation of mothers in Spanish cinema and television series has been conceived around the idea of the perfect woman, and therefore, the ideal mother, which puts even more pressure on female characters. This article aims to study the portrayals of motherhood in the series *Sagrada Familia* (Netflix, 2022-2023) to determine whether these women finally break away from the idealization typically associated with mothers. With a qualitative-descriptive approach, it analyzes seven characters whose storylines revolve around questioning biological motherhood or depicting families with dysphoric mothers, among other themes. Drawing from gender studies and character analysis, this research examines these mothers from different perspectives, such as the type of motherhood they practice, how they protect their children, or how they balance their careers and romantic lives—two aspects traditionally used to limit female characters. This study shows how *Sagrada Familia* contributes to portraying a different kind of woman, thus desacralizing the concept of motherhood.

---



## Introducción

El estudio de la representación de los personajes femeninos en cine y televisión debe considerar, de forma ineludible, la cuestión de la maternidad bien sea por presencia o por ausencia, pues la idea de que las mujeres tienen una obligación para con el concepto de su posible prole está extraordinariamente arraigada en la cultura occidental.

El término *new momism* (Douglas y Michaels, 2004) se acuña para referirse a esas representaciones de maternidad deificada, romantizada, basadas en la perfección fantástica de estos personajes y se construye sobre la locución de la maternidad intensiva, caracterizada por la dedicación absoluta al cuidado de los hijos, anteponiéndolos especialmente a las esferas personal y profesional (Hays, 1996). Por su parte, Kaplan (2000) habla en términos taxonómicos, donde la representación de la madre se reduce a la sacrificada en contraposición de la egoísta, es decir, la buena como antítesis de la mala.

En el año 2008, Guarinos, define los estereotipos más habituales de la mujer en el cine y, de los veinte que detalla, seis de ellos están relacionados con la maternidad, a saber: *mater amabilis* (ama de casa feliz que cuida de sus hijos y su marido); *mater dolorosa* (sufre porque sus hijos no son felices); madre castradora (de férreos valores que coarta la libertad de sus descendientes); madrastra (semejante a la anterior, pero con hijos no biológicos); madre del monstruo y madre sin hijos, esta última desequilibrada por su infertilidad. Sin embargo, una actualización de esta tipología llevada a cabo por Pacheco-Jiménez (2022) advierte que la ficción española desarrolla otra madre estereotípica que, bajo el término de madre trastornada, pone en peligro a sus hijos debido a algún tipo de trastorno mental y apunta a que este tipo de personajes son de especial relevancia en *thrillers* psicológicos o películas o series de terror. En este sentido, (Arnold, 2013; O'Donohoe, 2006; McRobbie, 2009, Lacalle, 2022) también señalan que las imperfecciones y la ambigüedad moral de los personajes sobre los que se construyen los *thrillers* son el terreno perfecto para desmitificar el concepto de maternidad ideal. En definitiva, de los seis de Guarinos, tres apuntalan al grupo de “las malas madres”, sin embargo, dos de ellos son el mismo estereotipo, pero en diferente contexto -la madre castradora y madrastra-y la tercera, la madre sin hijos, en realidad refiere al trastorno que provoca la imposibilidad de la maternidad para estos personajes; por su parte, la adición de Pacheco-Jiménez ya apunta a un grupo de personajes que, si bien estereotípicos, no sacralizan la idea de la buena madre.

La maternidad imperfecta que perfila Lacalle tiene cierta tendencia a estar relacionada con el desarrollo profesional del personaje femenino, asociando con frecuencia la ambición -representada como algo desmedido, en ocasiones irracional- a la madre ausente como eje principal tanto de la trama, como de los traumas de sus descendientes. Este afán de destacar laboralmente se vertebra sobre el concepto de las *can-do girls* (Harrys, 2004), mujeres jóvenes cuyo objetivo fundamental es la superación propia, muy en línea con el estereotipo de personaje femenino capaz de todo (Wood, 2010; Lacalle y Sánchez, 2015). Esta imposición para este tipo de mujeres representadas como madres viene con la exigencia de destacar profesionalmente, pero, además, con la de estar presentes -a veces en solitario- en la crianza de sus hijos, lo que provoca una imposición doble sobre los personajes femeninos que luego puede aprehenderse como modelo de conducta social. Además, llama la atención que las mujeres independientes se encuentran ante la disyuntiva de que su única elección posible para sentirse mujeres es ser madres (Douglas y Michaels, 2004), por lo que este apremio es más que frecuente, inevitable.

La representación en las series de ficción difiere, considerablemente, de los modelos cinematográficos por dos cuestiones fundamentales, por un lado, las series

tienden a estar más pegadas a la actualidad, a exhibir otro tipo de modelos y, por otro lado, pero relacionado con lo anterior, las series de televisión pueden permitirse ahondar en sus personajes, construyendo actantes complejos, cuyos roles les permitan intervenir de forma activa en sus tramas, cuando no construirlas, en terminología de Casetti y Dichio (1991). A este respecto se pronuncia Press (2018) cuando habla de la relación entre la proliferación de estos personajes femeninos pluridimensionales y la mayor participación de creadoras en los contenidos y que, por cierto, también tiene a bien especificar que los valores en las familias criminales -y, por ende, en los *thrillers*- merecen mención aparte en tanto y en cuanto es el ámbito más favorable para poner en tela de juicio los modelos tradicionales de personajes femeninos. Sin embargo, esta mayor complejidad de las representaciones de mujeres sigue teniendo su talón de Aquiles: la conciliación de la vida social con la laboral es más, Pacheco-Jiménez (2023) advierte de la tradicional falta de mujeres en la cinematografía española en profesiones relacionadas con la acción e incluso en el concepto de criminalidad considerada como trabajo -en tanto que es el medio de vida de los personajes- y su relación con la necesidad de que estas mujeres destinen sus esfuerzos al cuidado de sus hijos, mientras los personajes masculinos ostentan mayor libertad para desarrollarse profesionalmente. Las series de televisión españolas optan por una mayor representación de mujeres en puestos de acción, como demuestra Lacalle (2022), sin embargo, esto provoca un incremento de lo que denomina maternidades disfóricas (ibid.), por la complejidad que entraña la conciliación de los trabajos en altos cargos con el cuidado de los hijos lo que, a su vez, desemboca en la redefinición de los modelos de familia y, por tanto, de la maternidad, lo que parece que la ficción española está consiguiendo (Lacalle y Sánchez, 2015).

En el citado estudio de Lacalle y Sánchez (ibid.), que recoge 709 personajes femeninos para analizar cómo se construye la maternidad en las series de ficción españolas, se establecen cuatro modelos de familia fundamentales visibles en las ficciones seriadas recientes, que son:

- La familia integrada, cuya madre “refuerza la unidad entre sus miembros mediante la implementación de los cánones familiares tradicionales” (p. 232). Su instinto de protección va más allá de la moralidad, pudiendo llegar a encubrir a sus hijos en actos delictivos como asesinatos. Esta obsesión por la protección de la institución familiar persiste aun cuando los descendientes son adultos, cayendo aún más en el estereotipo de maternidad enfermiza.
- La familia flexible se basa en parte en cuestionar los modelos tradicionales de maternidad por lo que la madre ha de amoldarse al contexto, siendo una “madre camaleónica” (p. 233). Aquí entran en juego madres de niños robados o maternidades adoptivas en busca de la legitimación de su propia posición con respecto a la madre biológica.
- La familia desestructurada tiene al frente a una madre cuyas acciones abocan a la disolución de la unidad familiar debido a que antepone su bienestar al de su prole.
- Por último, la familia inestable tiene como característica básica la ausencia de estas madres en las vidas de sus hijos, quienes con frecuencia o aparecen poco o no aparecen en las tramas, es decir, la maternidad es un título, no un rol real con implicación para los personajes.

Otras cuestiones relevantes para este mismo estudio son: si las acciones de las madres refuerzan o debilitan la unidad familiar y la situación sentimental de estos personajes que, por orden de mayor a menor frecuencia de representación son casadas, viudas, solteras, divorciadas, en pareja conviviendo, en pareja sin convivir y, por último, se desconoce su estado social. Todas estas variables, en consonancia también con Press

(2018) en la literatura científica internacional, evidencian un nuevo paradigma en el panorama televisivo español: la desacralización de la maternidad.

En referencia a la construcción de personajes, como se ha mencionado con anterioridad, se tiene en cuenta la terminología de Casetti y Dichio (1991), en concreto la articulación del personaje como persona, en tanto aquí se definen las actuaciones de los personajes que permiten distinguirlos como simples o complejos en su construcción, y cuya implicación en el presente estudio permite discernir si la posible desacralización de estas maternidades, una vez comprobadas que se alejan de rasgos estereotípicos, se debe a que en realidad son personajes simples, poco tratados, con pocas aristas o escasa evolución. Si, por el contrario, estas madres no tienden a la estereotipia y, además, se construyen desde la complejidad, se estaría dando valor a ese posible distanciamiento de estos personajes de las madres perfectas representadas hasta ahora. Así pues, se determina si estas mujeres son personajes planos (unidimensionales) o redondos (complejos y variados); si son lineales (estables) o contrastados (contradictorios) y, por último, si son estáticos o dinámicos en función de si no evolucionan o por el contrario experimentan cambios a este respecto.

## Método

### Objetivo

La presente investigación tiene como meta analizar las maternidades mostradas en la serie *Sagrada Familia* (Ley y Cordova 2022-2023) de Netflix para, bajo el paraguas terminológico descrito, comprobar si estos nuevos modelos de familia traen consigo en el caso de la citada ficción la desacralización del concepto de maternidad, en base al amplio catálogo de madres que representa.

### Metodología

Para la consecución del objetivo se opta por un enfoque cualitativo-descriptivo, basado en la revisión bibliográfica, por un lado, de uno de los principales manuales sobre construcción de personajes y su lugar en la trama, es decir, Casetti y Dichio (1991); y, por otro, en las investigaciones sobre género, representación y maternidad de Guarinos (2008) y Pacheco-Jiménez (2022); Lacalle y Sánchez (2015); Lacalle (2022). A partir de estos estudios, y teniendo en consideración lo que comúnmente la literatura científica considera que son las principales aristas de los personajes femeninos marcados por la maternidad, se consideran las siguientes variables fundamentales para la presente investigación:

- a. Identificación del tipo de maternidad (biológica, adoptiva, de alquiler...)
- b. Descripción del conflicto maternal, esto es, la relación con el propio concepto de la maternidad que tiene cada personaje.
- c. Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.
- d. Cómo desarrolla el concepto de protección hacia sus hijos y si este comportamiento refuerza o debilita la unidad familiar.
- e. Vida sentimental del personaje.
- f. Desarrollo profesional.
- g. Estereotipos según Guarinos (2008) y Pacheco-Jiménez (2022)
- h. Complejidad del personaje según Casetti y Dichio (1991)

Con el estudio de estas ocho variables se podrá determinar finalmente si en *Sagrada Familia* el espectador asiste a una desacralización del concepto de maternidad.

Se propone la siguiente tabla, que recoge las variables descritas, y que se aplicará a cada personaje por separado:

**Tabla 1**

*Personaje n<sup>o</sup>: nombre de personaje*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	
b) Descripción del conflicto maternal	
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	
e) Vida sentimental	
f) Desarrollo profesional	

### **Serie**

La serie, que se compone de 16 episodios divididos en dos temporadas, tiene como punto de partida la mudanza de Gloria (Najwa Nimri) a un barrio residencial junto con su bebé y la presunta cuidadora, Aitana (Carla Campra). Una vez allí, entabla amistad con Bianca (Macarena Gómez, madre de un niño con Síndrome de Down), Caterina (Alba Flores, que tiene un bebé que en realidad alquila a una drogadicta para hacerse pasar por madre) y Alicia (Ella Kweku, que está pensando en si quedarse embarazada o adoptar). A partir de esta amistad, y de una red de mentiras, *Sagrada Familia* se mueve entre el *thriller* y el drama para hacer un retrato de Gloria, que en realidad es madre de Aitana y tiene a su mellizo encerrado en el sótano, y que se quedó embarazada del bebé con material genético de otro hijo, difunto, ante la imposibilidad de su pareja, Natalia, para concebir. Una vez muerto su hijo, Natalia reclama, como madre que aportó el material genético, la maternidad del bebé y Gloria, legitimada por el concepto de gestación, roba el bebé y huye.

### **Personajes**

Alrededor de esta trama principal se desarrollan multitud de *storylines* entrelazados normalmente protagonizados por alguna mujer y en torno a algún tipo de maternidad. Así pues, los personajes femeninos que forman parte de la presente investigación son:

**Tabla 2**  
*Listado de personajes y tramas*

PERSONAJE	INTERPRETADO POR	EVENTOS
Gloria Román	Najwa Nimri	<p>Madre de tres hijos: Aitana y Abel (mellizos) y Santi (muere ahogado)</p> <p>Santi desea tener hijos, pero Natalia no puede, así Gloria le ofrece quedarse embarazada mientras Natalia finge estar esperando a un bebé.</p> <p>Cuando Santi muere, Natalia exige llevarse al bebé a Argentina, su país, así que Gloria lo rapta con ayuda de los mellizos, se mudan y cambian sus identidades.</p> <p>Para no ser descubiertos, Aitana debe fingir ser la niñera y a Abel acaba encerrándolo con llave en el sótano.</p> <p>Asesina al novio de su hija, que está embarazada, para proteger su identidad y su secreto.</p> <p>Cuando, al final de la serie, está a punto de salirse con la suya, comprende que no es buena para sus hijos y los pone a salvo de ella misma y de Natalia, tirando el coche en el que viajan por un terraplén.</p>
Natalia	Laura Laprida	<p>Sufre el estigma de no poder quedarse embarazada.</p> <p>Acepta que Gloria se quede embarazada de su hijo con su material genético.</p> <p>Cuando Santi muere, ella se considera la legítima madre del bebé, así que va a por Gloria cuando ésta lo rapta.</p>
Bianca	Macarena Gómez	<p>Su hijo tiene Síndrome de Down, parece una madre abnegada, que cuida a su hijo con devoción.</p> <p>Se destapa como una mujer adicta a los ansiolíticos.</p> <p>Un día, bajo los efectos de las pastillas, su hijo se escapa y acaba en un estanque. Ella lo ve morir y no intenta salvarlo.</p>
Aitana	Carla Campra	<p>Embarazada</p> <p>Su novio fue asesinado por Gloria, su madre.</p>
Caterina	Alba Flores	<p>Afirma querer ser un modelo de madre diferente al de Gloria.</p> <p>Criminal contratada para espiar a Gloria y llevarse al bebé.</p> <p>Para encajar en el barrio residencial necesita a su propio hijo, así que alquila un bebé a una mujer drogadicta.</p> <p>Cuando ella va a desaparecer, decide no devolver al bebé a su madre biológica y lo deja con Alicia y su pareja, unos vecinos deseosos de tener hijos.</p>
Claudia	Claudia Melo	<p>Madre drogadicta que vende por horas a su hijo a Caterina para poder conseguir dinero y seguir drogándose.</p> <p>Vive en la calle.</p> <p>Cuando, tras desaparecer Caterina, descubre que su bebé está con los vecinos, intenta legitimar su maternidad, pero la invalida ser drogadicta, así que decide enderezar su vida y dejar las drogas.</p> <p>Gloria, que ha hecho un trato con el vecino con el que ha aceptado matar a Claudia, va a convencerla de que consuma drogas (contaminadas con trozos de cristal). Tras negarse varias veces, finalmente cae en la tentación y muere.</p>
Alicia	Ella Kweku	<p>Parece que está deseosa de ser madre.</p> <p>La realidad es que a los tres años de estar con su pareja se quedó embarazada y se lo ocultó porque ella ha decidido no ser madre.</p> <p>Le cuenta a Pedro, su pareja, que no puede ser madre, entonces empieza la presión por adoptar.</p> <p>Va junto con su pareja a informarse sobre el proceso de adopción y le entran las dudas.</p> <p>Cuida al bebé de Claudia pensando que es el hijo de Caterina, que ha desaparecido.</p>
<b>Total</b>	<b>7 personajes</b>	

*Nota.* Eventos = principales eventos en el desarrollo y evolución del personaje relacionados con la maternidad.

## Resultados

La presentación de los resultados que se propone es la de una tabla por personaje en la que se encuentran las ocho variables (a-h) estudiadas, sin embargo, cabe aclarar que debido a la complejidad del personaje de Gloria, que además es la protagonista, y a que su maternidad se desarrolla en tres esferas: una con el bebé, otra con los mellizos Abel y Aitana, y una tercera con Santi, su hijo fallecido, se detallan tres tablas diferentes en tanto que el desarrollo del personaje y su concepto de maternidad difiere según con qué progenie esté tratando Gloria.

Así pues, los resultados hallados en el análisis de los personajes femeninos en relación con la maternidad son:

**Tabla 3**

*Personaje 1: Gloria en relación con el bebé*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica, en tanto que ha dado a luz a pesar de no ser su material genético.
b) Descripción del conflicto maternal	Considera que su maternidad es más legítima que la de Natalia, que aporta el material genético. Ha dado a luz al hijo de su hijo Santi.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Flexible, porque cuestiona los modelos tradicionales de maternidad.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Su afán de protección hacia el bebé la lleva a robarlo, cambiarlo de identidad y esconderse en una nueva vida alejada de Natalia, la otra madre biológica. Refuerza la unidad familiar.
e) Vida sentimental	Inexistente.
f) Desarrollo profesional	Se dedica al diseño de vidrieras, tiene un taller en casa. Al inicio de la serie, este aspecto tiene muy poco valor y, el que tiene, va reduciéndose progresivamente hasta la desaparición total.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 4***Personaje 1: Gloria en relación con los mellizos, Abel y Aitana*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica.
b) Descripción del conflicto maternal	Ellos, que la ayudaron a robar al bebe por fidelidad hacia su madre, se rebelan constantemente contra la situación. Ella debe hacerles entender que todo lo que hace es por su bien, pero en realidad ellos dos son los más perjudicados.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Desestructurada. Ellos son los que sufren las consecuencias del ansia que tiene Gloria de anexar al bebé a la unidad familiar. Este intento constante de unión aboca a la disolución.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	La intención de proteger a sus hijos lleva a Gloria a encerrar a Abel en un sótano. Debilita la unidad familiar.
e) Vida sentimental	Ya descrito.
f) Desarrollo profesional	Ya descrito.
g) Estereotipia (Guarinos, No 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 5**

*Personaje 1: Gloria en relación con Santi, su difunto hijo*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica.
b) Descripción del conflicto maternal	Da luz al hijo de su hijo porque él desea mucho ser padre. Además, no puede aceptar que su hijo haya muerto en un accidente.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Integrada. Llega a ayudar a Santi a encubrir un delito. Santi atropella a un joven cuando se encuentra bajo los efectos del alcohol y Gloria no solo lo ayuda a encubrirlo, sino que termina de matar al joven, que aún estaba vivo, para guardar el secreto y que su hijo no fuera a la cárcel.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Su deseo de protección para con Santi la lleva a delinquir por el reforzamiento de la unidad familiar.
e) Vida sentimental	Ya descrito.
f) Desarrollo profesional	Ya descrito.
g) Estereotipia (Guarinos, No 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 6**  
*Personaje 2: Natalia, la otra madre biológica*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica. El material genético con el que Gloria se queda embarazada es suyo.
b) Descripción del conflicto maternal	Gloria le ha robado a su hijo y ella cruza varios países con la intención de recuperarlo.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Flexible. Busca la legitimación de su maternidad frente a la de Gloria.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Quiere proteger a su bebé de Gloria. Tras la muerte de Santi, su pareja, su unidad familiar está completamente rota y quiere reunirla para reforzarla.
e) Vida sentimental	Su pareja ha fallecido. No hay más datos al respecto.
f) Desarrollo profesional	Inexistente.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 7**  
*Personaje 3: Bianca*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica.
b) Descripción del conflicto maternal	Su hijo tiene Síndrome de Down.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Bajo la apariencia de ser constructora de una familia integrada, con valores tradicionales y un soberbio instinto de protección, incluso puede parecer una <i>mater amabilis</i> por momentos, al final se destapa como la componente principal de una familia desestructurada, cansada de que su marido no la desee, aburrida de ser ama de casa y que es capaz de ver ahogarse a su hijo sin hacer nada porque, en realidad, es un alivio salir de ese disfraz. Además, adicta a los ansiolíticos.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Se mueve entre la protección absoluta desplegada durante el desarrollo de la serie y la desprotección total de su hijo al ver cómo se ahoga. En base al resultado final, sus acciones debilitan notoriamente la unidad familiar.
e) Vida sentimental	Está convencida de que su marido le es infiel, pero sigue con él porque no quiere afrontar dejar de ser ama de casa.
f) Desarrollo profesional	Era azafata de vuelo, cuando intenta volver al trabajo después de mucho tiempo y tras la muerte de su hijo, le da un ataque de pánico.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 8**  
*Personaje 4: Aitana*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica. Está embarazada.
b) Descripción del conflicto maternal	Su madre ha matado a su pareja, de la que se quedó embarazada antes de morir. Tiene claro que, a pesar de los fuertes instintos maternales que sabe que tiene Gloria, quiere ser un modelo de madre diferente para el bebé que espera.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Flexible. Como hija va cuestionando los modelos de maternidad y, como madre, ha de adaptarse a su contexto.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Su concepto de protección con el bebé que espera la lleva a tener el deseo de alejarse de su madre para ponerlo a salvo, por lo que reforzaría esta unidad familiar venidera una vez naciera su hijo (la serie acaba mientras ella está embarazada).
e) Vida sentimental	Se enamoró y puso en peligro el ocultamiento de su identidad, por lo que cuando su novio lo descubrió su madre lo mató. Una vez fallecido empieza una relación con el hermano del que fuera su pareja.
f) Desarrollo profesional	Estudiante.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 9**  
*Personaje 5: Caterina*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Alquila a un bebé. No es madre ni lo desea, pero debe fingirlo porque la han contratado para encontrar a Gloria.
b) Descripción del conflicto maternal	Tras mucho tiempo alquilando el bebé a una mujer drogodependiente, Claudia, llega el momento en el que ella va a escaparse y decide poner al bebé a salvo, tanto de ella como de la madre biológica, y se lo deja a los vecinos, que desean ser padres.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Inestable. La hija es simplemente una consecuencia de su trabajo.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Si bien parece que no tiene concepto de protección, al final decide poner al bebé a salvo, por lo que, sin ser su unidad familiar porque ella no tiene, ayuda a crear una.
e) Vida sentimental	Mantiene relaciones sexuales con el compañero que le asignan para espiar a Gloria y con otro criminal al que conocía de antes que es su cómplice.
f) Desarrollo profesional	Criminal. El personaje se define por este aspecto, es lo único que le importa y por ello carece de lazos personales.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 10**  
*Personaje 6: Claudia*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	Madre biológica.
b) Descripción del conflicto maternal	Es drogadicta e indigente. Alquila por días a su bebé a Caterina para conseguir dinero para seguir drogándose. Cuando ve que su hija un día no vuelve decide recuperarla y dejar las drogas. Finalmente, Gloria, con intención de matarla, la tiente y cae, muriendo porque las drogas contenían cristales.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Inestable. Su hija no está nunca con ella, es solo un cargo nominal.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Su concepto de protección se ve alterado por el consumo de drogas. En cualquier caso, sus actos debilitan la unidad familiar.
e) Vida sentimental	Inexistente.
f) Desarrollo profesional	Inexistente.
g) Estereotipia (Guarinos, No 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

**Tabla 11**  
*Personaje 7: Alicia*

<b>Criterio</b>	<b>Descripción</b>
a) Tipo de maternidad	No madre.
b) Descripción del conflicto maternal	Su pareja desea mucho que sean padres y la presiona. Ella se quedó embarazada de él a los tres años de estar juntos, pero abortó deliberadamente porque no quiere ser madre. El problema es que no sabe cómo contárselo a su pareja. Tras muchas presiones, deciden adoptar, pero ella se echa atrás. Al final, acaba cuidando, junto con su pareja, del bebé de Claudia, la drogadicta.
c) Tipo de familia según Lacalle y Sánchez, 2015.	Familia flexible. A pesar de no querer ser madre, su concepto de la maternidad se va modulando con el desarrollo del personaje y los contextos en los que se ve envuelta.
d) Concepto de protección, ¿refuerza o debilita la unidad familiar?	Su concepto de protección la lleva a cuidar del bebé de Claudia a pesar de no querer ser madre, por lo que refuerza la unidad familiar construida con su pareja.
e) Vida sentimental	Tiene pareja estable.
f) Desarrollo profesional	Es profesora en el colegio del hijo de Bianca.
g) Estereotipia (Guarinos, 2008; Pacheco-Jiménez, 2022)	No
h) Construcción del personaje (Casetti y Dichio, 1991)	Redondo, contrastado y dinámico. Personaje complejo.

## **Discusión y conclusiones**

### ***Discusión***

Determinar si *Sagrada Familia* propone una destrucción del concepto de maternidad ideal implica no solo observar los aspectos más evidentes de este amplio catálogo de maternidades, sino analizar pormenorizadamente qué singularidades hacen de estos personajes verdaderos modelos diferentes de los que se vienen representando.

En un primer apartado, la variable a. tipo de maternidad, proporciona resultados diversos, tales como:

- Maternidad biológica tradicional (parto y material genético: Gloria con sus mellizos, Gloria con Santi, Bianca y Claudia);
- Maternidad biológica basada en el parto (Gloria con el bebé);
- Maternidad basada en el material genético (Natalia)
- Maternidad futura (Aitana);

- No maternidad (Caterina y Alicia, esta última se va moviendo entre los conceptos de no madre, adopción y acogida, pero reniega de la maternidad).

A continuación, la variable b. Descripción del conflicto maternal, muestra diferentes puntos de vista de diferentes mujeres sobre cómo legitimar la maternidad, desde la lucha por quién impone su concepto de madre biológica entre Gloria y Natalia, la necesidad de dominación y autoridad de Gloria con sus hijos, y hasta la necesidad de justificar la no maternidad, dadas en los casos de Caterina y Alicia, pero todos los conflictos giran en torno a madres imperfectas tratando de reafirmarse en sus decisiones para con la maternidad.

La variable de los tipos de familia, variable c., otorga resultados interesantes. En primer lugar, todos los personajes se adscriben a los tipos delimitados por Lacalle y Sánchez (2015) y, en segundo lugar, los cuatro tipos que describen están representados en el estudio. Especial atención merece aquí el personaje de Gloria, que tiene tres esferas y en cada una se comporta como cabeza visible y eje articulador de un tipo de familia: flexible con el bebé, desestructurada con los mellizos e integrada con Santi.

En el apartado relacionado con el concepto de protección y sobre si este concepto debilita o refuerza la unidad familiar, también puede encontrarse diversidad a pesar de ser una taxonomía pues, con solo esas dos opciones, se encuentra que todos los personajes tienen un contexto particular:

- Gloria, con el bebé pretende reforzar la unidad familiar, sin embargo, con los mellizos acaba debilitándola. Por último, con Santi pretende reforzarla, pero el destino quiere que este muera quitándole la posibilidad a Gloria de reforzar la unidad familiar.
- Natalia, despojada de su unidad familiar, no es que quiera reforzarla, es que quiere recuperarla.
- Bianca, bajo la apariencia de madre protectora y cariñosa es la que acaba detonando la destrucción total de su unidad familiar.
- Aitana, para construir una unidad familiar sana y reforzarla, debe debilitar primero la actual.
- Caterina no tiene unidad familiar.
- Claudia, a base de alquilar a su bebé por su drogadicción, acaba perdiendo su unidad familiar.
- A Alicia los diferentes contextos en los que se va desarrollando la abocan a crear una unidad familiar a pesar de que ella reniegue de ello.

La vida sentimental de los personajes, variable e., presenta diferentes resultados, por un lado, aquellas cuya pareja no existe y ni se las menciona (Gloria y Claudia), seguidas por las que tienen a sus novios muertos (Natalia y Aitana); después la que ni tiene ni pretende tener lazos, pero sí experimenta deseo sexual (Caterina); por último, las que están en pareja (Bianca, casada y frustrada; y Alicia, tradicional excepto por no desear ser madre).

Uno de los principales inconvenientes que han de arrostrar los personajes femeninos es la conciliación entre los cuidados y el desarrollo de su profesión, llama la atención que, en este caso, los desempeños laborales de estos personajes no son relevantes en absoluto ni las delimitan en ningún aspecto, es por esto por lo que apenas están desarrolladas, como demuestra el análisis de la variable f. Las profesiones se utilizan para unir a unos personajes con otros (Caterina tiene como encargo descubrir a Gloria y Alicia es profesora del hijo de Bianca) o unir a los personajes con el colegio (Gloria diseña una vidriera para el colegio y Alicia trabaja allí), solo el caso de Bianca, que además no tiene desarrollo, se utiliza como delimitación del personaje para mostrar en un momento

puntual que no ha superado su implicación en la muerte de su hijo, y se la muestra en su trabajo como azafata de vuelo pero no consigue despegar por un ataque de pánico.

Por último, las variables g, si cumplen los personajes con alguno de los estereotipos descritos por Guarinos (2008) y Pacheco-Jiménez (2022) y la variable h, si los personajes son simples o complejos en terminología de Casetti y Dichio (1991), pueden resumirse conjuntamente ya que ninguna de las mujeres tiende a la estereotipia y todas son complejas. La complejidad de estos personajes se cumple en las tres dimensiones detalladas por Casetti y Dichio, es decir: son redondos (variados), contrastados (contradictorios) y dinámicos (con evolución), por lo que el hecho de que se alejen de la estereotipia y, a la vez, todas las mujeres sean complejas en todas sus dimensiones del personaje como persona, contribuye a la credibilidad de la desacralización aquí estudiada, ya que demuestra que los resultados de las variables anteriores (a-f) no son producto de concebir a personajes banales, estereotipados o simples.

### **Conclusiones**

El estudio de las maternidades dibujadas en *Sagrada Familia* como paradigma del alejamiento progresivo de los personajes femeninos en series de televisión españolas de lo que implica ser una mujer perfecta y, por ende, una madre ideal, demuestra que la diversidad de madres representadas es amplia, con conflictos, contradicciones y construidas desde la complejidad.

El personaje que mueve toda la serie y cuya concepción es más compleja es Gloria, quien tiene tres esferas en las que desempeña como madre y en todas es contradictoria y fracasada a pesar de sus evidentes esfuerzos. Además, es la que lleva el peso en la rivalidad descarnada de dos madres biológicas que luchan por legitimar su propia maternidad, pugna que mantiene con Natalia y que acaba cuando Gloria comprende que ninguna de las dos es la madre adecuada, pone a sus hijos a salvo y despeña el coche en el que viajan ambas por un terraplén. Por su parte, Bianca, es un personaje que se mueve entre dos extremos, la excesiva protección y la asistencia paralizada a la muerte de su hijo, es decir, entre el cuidado y el homicidio. Aitana se debate entre la fidelidad hacia su madre y su instinto de protección incipiente hacia su hijo no nato; Claudia muere a situarse en la disyuntiva entre las drogas y su maternidad y Alicia es una especie de madre obligada por las circunstancias. Solo Caterina, mujer de acción y por ende al margen de cuidados (Pacheco-Jiménez, 2023; Lacalle 2022) decide activamente y consigue vivir ajena a la maternidad, más que cuando alquila al bebé para el ejercicio de su trabajo. Sin embargo, sí que llama la atención que las mujeres que no son madres acaban condicionadas por la maternidad (Caterina y Alicia) como advierten (Douglas y Michaels, 2004), no obstante, afrontan la situación y la redefinen: en el caso de Caterina reafirmando; en el de Alicia, dejando la decisión sin tomar.

Las profesiones y las vidas profesionales de estas mujeres, dos de los aspectos más delimitantes para los personajes femeninos, en *Sagrada Familia* se vuelven completamente irrelevantes, solo en el caso de Alicia es importante la vida personal, pero para mostrar la situación a la que se han de enfrentar las mujeres tradicionales que deciden no sucumbir a las presiones relacionadas con la maternidad. Esta ausencia de desarrollo profundo en profesiones y vidas personales ratifica, junto con el hecho de que los personajes no tiendan a la estereotipia ni a la simpleza, la consecución del objeto fundamental de esta investigación, que no es otro que verificar que, efectivamente, estos nuevos modelos de familia traen consigo la desacralización del concepto de maternidad, desacralización basada en el fracaso como madres de todos estos personajes porque ninguna de ellas es una mujer perfecta, y mucho menos una madre ideal.

Una vez fundamentado este caso se espera, con futuros trabajos de investigación, utilizar el presente como punto de partida para realizar un seguimiento a series de ficción españolas similares que se produzcan con objeto de cuestionar el modelo de maternidad abnegada e incluso realizar una comparativa entre la representación de madres en Oriente y Occidente; además, se plantea la posibilidad de ampliar este trabajo comprobando si estos nuevos modelos se alejan o se acercan a lo que en la actualidad de denomina maternidad real, cuyo objetivo, en muchas ocasiones, es precisamente cuestionar los pilares de lo que se ha concebido tradicionalmente como maternidad. Por último, y abandonando el terreno de la representación, el presente estudio pretende expandirse para abarcar a las usuarias y usuarios y las discusiones que se hayan generado en torno a la maternidad gracias a la emisión de la serie.

## Referencias

- Arnold, S. (2013). *Maternal Horror Film Melodrama and Motherhood*. Palgrave-MacMillan.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Paidós.
- Douglas, S. y Michaels, M. (2004). *The mommy myth: the idealization of motherhood and how it has undermined women*. Free Press.
- Guarinos, V. (2008). Mujer y cine. In T. Núñez Domínguez, F. Loscertales Abril (Eds.), *Los medios de comunicación con mirada de género* (pp. 103-120). Instituto Andaluz de la Mujer.
- Harrys, A. (2004). *Future Girl: Young Women in the Twenty-First Century*. Routledge.
- Hays, S. (1996). *The Cultural Contradictions of Motherhood*. Yale University Press.
- Kaplan, A. (2000). The Case of the Missing Mother: Maternal Issues in Vidor's Stella Dallas. In A. Kaplan (ed.), *Feminism and Film*, 466-478. Oxford University Press.
- Lacalle Zalduendo, C. (2022). Maternidades disfóricas en el policiaco televisivo español. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 31(31), 63-72. <https://doi.org/10.5944/signa.vol31.2022.32191>
- Lacalle, C. & Sánchez, M. (2015). Maternidad en la ficción televisiva española. In M. Visa (coord.), *Padres y madres en serie. Representaciones de la parentalidad en la ficción televisiva*, 227-238. UOC.
- Ley, R. & Cordova, M.J. (productor y productora ejecutivo/a) (2022-2023). *Sagrada familia* [serie de televisión]. Netflix.
- McRobbie, A. (2004). Post-feminism and popular culture. *Feminist Media Studies*, 4(3), 255-264. <https://doi.org/10.1080/1468077042000309937>
- O'Donohoe, S. (Fecha). (2006). Yummy Mummies: The Clamor of Glamour in Advertising to Mothers. *Advertising & Society Review*, 7(3). <https://doi.org/10.1353/asr.2007.0006>
- Pacheco-Jiménez, L. (2022). *Cuestión de género: mujeres y thrillers en el cine español*. ReaDuck.
- Pacheco-Jiménez, L. (2023). Ellos criminales, ellas prostitutas sin clientes: el sesgo de género al margen de la ley en el thriller español. In S. Rebollo Bueno, C. Pérez de Algaba y L.M. Fernández Martínez (coords.), *Género y educación ante la manipulación de la comunicación*. Dykinson.
- Press, J. (2018). *Dueñas del show. Las mujeres que están revolucionando las series de televisión*. Alpha Decay.
- Wood, Julia (2010). The Can-Do Discourse and Young Women's Anticipations of Future. *En Women & Language*, 33(1), 102-107.