INVESTIGACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

NUEVAS MIRADAS DESDE LA ACADEMIA PARA NUEVOS TIEMPOS

Davinia Martín Critikián
María Solano Altaba
Santana Lois Poch Butler
(coords.)

Davinia Martín Critikián
María Solano Altaba
Santana Lois Poch Butler
(coords.)

INVESTIGACIÓN Y CAMBIO SOCIAL

NUEVAS MIRADAS DESDE LA ACADEMIA

PARA NUEVOS TIEMPOS

Granada, 2025

Maquetación y cubierta: José Antonio Ruiz García

© Los autores

© Editorial Comares, 2025
Polígono Juncaril
C/ Baza, parcela 208
18220 Albolote (Granada)
Tlf.: 958 465 382
www.comares.com • E-mail: libreriacomares@comares.com
facebook.com/Comares • twitter.com/comareseditor • instagram.com/editorialcomares

ISBN: 978-84-1380-445-3
DOI: 1055323/edc.2022.62

Impresión y encuadernación: COMARES

Sumario

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿VENTAJA COMPETITIVA? 1
Juan Manuel Alonso Melo
1. Introducción 1
2. Revisión de la literatura 2
3. Metodología 5
3.1. Análisis de contenidos 5
4. Resultados 9
5. Conclusión 11
6. Referencias 11

ALIGNING PEDAGOGICAL APPROACHES AND LITERACY STRATEGIES TO COUNTER FAKE NEWS 15
Marlene Amorim y *Marta Ferreira Dias*
1. Introduction 15
2. Conceptual background 16
2.1. Revisiting the concept of «fake news» 16
2.2. The Role of Higher Education in Digital Resilience 18
2.3. Pedagogical Approaches and Exposure Risk 20
3. Developing a typology to inform teaching strategies on fake news exposure . . . 20
3.1. The Value of Typologies for Designing Educational Approaches 20
3.2. A Typology to Inform Teaching Strategies On Fake News Exposure . . . 21
4. Discussion and implications 24
5. Conclusions 26
Acknowledgements 26
6. References 26
Annex – Table / Pedagogical Tools 29

DEL PAISAJE CONSTRUIDO AL PAISAJE NATURALISTA: MÉTODOS DE PINTURA AL NATURAL HASTA LLEGAR AL PLENAIRISMO 30
Alberto Biesok Forés y *Amparo Galbis Juan*
1. La aparición del paisaje como género pictórico 30
1.1. El paisaje clasicista construido 31
1.2. Los bocetos como recurso para abordar el cuadro de taller 33
2. Lo pintoresco en Gran Bretaña: Gilpin y Cozens 35
3. Ruptura neoclásica: valenciennes 40
4. Conclusiones 42
5. Referencias 42

SOLIDARIDAD: ESTADO DEL BIENESTAR VERSUS INICIATIVAS PRIVADAS 44
Profesor Dr. Carlos Campo Sánchez
1. Introducción 44
2. El estado del bienestar como garante de la solidaridad estructural 45
2.1. Fundamentos teóricos y evolución histórica 45
2.2. Fortalezas y potencialidades 46
2.3. Críticas y desafíos contemporáneos 46
3. Iniciativas privadas y solidaridad ciudadana: el auge de la sociedad civil 47
3.1. Diversidad de actores y motivaciones 47
3.2. Ventajas y contribuciones 49
3.3. Limitaciones y riesgos 49
4. La tensa coexistencia: ¿competencia o complementariedad? 51
4.1. Análisis comparado de la eficacia 51
4.2. El desafío de la coordinación y la gobernanza multinivel 52
5. Conclusiones: hacia un modelo híbrido y resiliente de solidaridad 53
6. Referencias 55

PERCEPCIÓN Y ACTITUDES DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES HACIA LA PUBLICIDAD DE LOS JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS ONLINE 56
Sonia Carcelén García, Ana Pedreño Santos y *Myriam Durán Vilches*
1. Introducción 56
2. Antecedentes 57
2.1. La capacidad de influencia de las empresas de juego a través de la publicidad 57
2.2. Diferencias por países en la percepción y actitudes ante la publicidad 58
3. Objetivos y metodología 60
4. Resultados 61
4.1. Actitudes de los jóvenes hacia la publicidad de los operadores del juego 61
4.2. Elementos publicitarios y promocionales que más impactan entre los jóvenes 63
5. Conclusiones 68
6. Referencias 69

EL MUSEO COMO LABORATORIO SOCIAL: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO Y REFLEXIONES (2021-2025) 71
Juan Enrique Gonzálvez Vallés y *Oliver Carrero Márquez*
1. Introducción 71
1.1. Estado de la cuestión 71
2. Metodología 73
2.1. Justificación de la muestra y criterios de validez 73
2.2. Herramientas de análisis utilizadas 74
3. Resultados y discusión 74
3.1. Evolución anual de la producción científica (2021-2025) 74
3.2. Tipología documental 75
3.3. Concentración editorial, hegemonías temáticas y dinámicas de visibilidad 76
3.4. Categorías temáticas y autores clave (2021-2025) 78
4. Conclusiones 78
5. Referencias 79

UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ANALIZAR EL ENGAGEMENT DIGITAL DE LAS COFRADÍAS ANDALUZAS 84
Francisco J. Cristófol, Diego Berraquero-Rodríguez y *Álvaro Ramos-Ruiz*
1. Introducción 84
2. Marco teórico 85
3. Metodología 86
4. Propuesta de metodología 87
4.1. Selección de perfiles y periodo de estudio 88
4.2. Recopilación de datos cuantitativos 88
4.3. Análisis cuantitativo de las interacciones 89
4.4. Análisis cualitativo: Entrevista en profundidad 90
4.5. Interpretación y triangulación de datos 90
5. Discusión 91
6. Conclusiones 92
7. Referencias 93

LA FUNCIÓN DEL DIRECTOR ESCOLAR EN LA COMUNICACIÓN CON LAS FAMILIAS. PROPUESTA DE MEJORA PARA CENTROS EDUCATIVOS 96
Patricia de Julián Latorre
1. Introducción 96
2. Metodología 98
3. Estado de la cuestión 99
3.1. La comunicación colegio-familia: situación actual y desafíos 99
3.2. Canales de comunicación con las familias 101
3.3. El papel del director en un centro educativo 102
4. Buenas prácticas en la comunicación colegio-familia para directores escolares . 103
5. Conclusiones 105
6. Referencias 106

COME ON IN NOW: MENTAL HEALTH IN THE CREATIVE WRITING AND MAKING OF A SHORT FILM 109
José Díaz-Cuesta
1. Introduction 109
2. A note on method 110
3. Research evolution: making ***come on in now*** 111
   3.1. The preliminary survey. 111
   3.2. Selection of the main topic 113
   3.3. Script development 114
   3.4. Location scouting. 114
   3.5. Film shooting 114
   3.6. Editing and postproduction 115
   3.7. Pre-premiere of the film 115
   3.8. The final survey. 115
4. Conclusion. 118
5. References 119

DESCOLONIZANDO EL CUERPO Y LA MENTE: LA DECOLONIALIDAD EN LA OBRA NARRATIVA DE NATHACHA APPANAH. 121
Sergio Díaz Menéndez
1. Introducción 121
2. Metodología. 122
3. Resultados 126
4. Conclusiones 128
6. Referencias 131

METAREVISIÓN SOBRE LA FUNCIÓN DE LA AUTOFAGIA EN EL GLIOBLASTOMA HUMANO: UN APARENTE CALLEJÓN SIN SALIDA PARA SU PAPEL DUAL . . . 132
Juan Miguel Esteve-Esteve
1. Introducción. Características celulares, histológicas y moleculares de los glioblastomas 132
2. Causas del pronóstico clínico nefasto para los pacientes con GB 133
3. El proceso de autofagia 134
   3.1. Justificación de su inclusión en el estudio del GB 134
   3.2. El proceso molecular y celular de autofagia. 134
   3.3. Funciones de la autofagia 135
4. ¿Por qué estas funciones de la autofagia son importantes para la comprensión y el tratamiento del GB humano? 136
5. Estatus de la autofagia en el GB humano 138
6. Papel dual de la autofagia en la patogénesis del GB humano 138
7. Conclusiones 141
8. Referencias 143

UNA APROXIMACIÓN A LA COHERENCIA TEÓRICA DEL *NEW PUBLIC MANAGEMENT* Y DEL *NEW PUBLIC SERVICE* EN EL ESTUDIO DE LA TRANSPARENCIA UNIVERSITARIA 145
Aina García Puche
1. Introducción 145
2. Metodología 146
3. Resultados 148
4. Conclusiones 154
5. Referencias 155

HACIA UNA VALORACIÓN SOSTENIBLE: EL IMPACTO DE LOS CRITERIOS ESG EN EL MERCADO BURSÁTIL 157
Agustín González Pujana y *Laura Reinoso Barbero*
1. Introducción 157
2. Revisión de la literatura 158
   2.1. ESG 158
   2.2. Evolución de políticas ESG en el sector bancario 159
   2.3. Proveedores de calificaciones ESG 160
3. Metodología 162
   3.1. Banco Santander 163
   3.2. BBVA 163
   3.3. CaixaBank 164
   3.4. Sabadell 165
   3.5. Bankinter 166
   3.6. Unicaja 167
4. Conclusiones 169
   Recomendaciones 170
5. Referencias 170

STRATEGIES FOR ANALYZING AND ASSESSING UNIVERSAL ACCESSIBILITY IN UNIVERSITY CAMPUSES: USING NEW TECHNOLOGIES IN GRAPHIC DESIGN AND DIGITAL FABRICATION AS METHODOLOGICAL TOOLS 173
Covadonga Lorenzo-Cueva
1. Introduction 173
2. Objectives 175
3. Methodology 176
   3.1. Case Study Analysis as a Methodological Framework 176
   3.2. Development of Indicators for Assessing Accessibility 181
   3.3. Validation Using Digital Fabrication as an Inclusive Methodological Tool 181
4. Results 183
5. Conclusions 184
6. Acknowledgments 185
7. References 186

ALGUNAS CONSTRUCCIONES DE GRÁFICAS SIMPLES BIEN CUBIERTAS Y COHEN-MACAULAY . . . 188
Johana Luviano Flores
1. Introducción . . . 188
2. Metodología . . . 189
2.1. Investigación cuantitativa . . . 190
2.2. Investigación cualitativa . . . 194
3. Resultados . . . 194
4. Conclusiones . . . 197
5. Referencias . . . 197

ELADIO DIESTE Y LAS BOVEDAS DE DOBLE CURVATURA . . . 199
Ana María Marín Palma
1. Introducción . . . 199
2. Estructuras laminares de cubierta . . . 200
3. Las bóvedas gausas . . . 201
4. Los componentes . . . 203
4.1. El material . . . 203
4.2. La cimbra móvil . . . 205
5. Proceso constructivo de una bóveda gausa . . . 207
5.1. La estructura de apoyo . . . 207
5.2. Montaje de la cimbra móvil . . . 208
5.3. La lamina estructural cerámica . . . 209
5.4. Ejecución de la capa de alisado . . . 210
5.5. Montaje de los tensores . . . 210
5.6. Traslado del molde . . . 210
7. Referencias . . . 211

REIVINDICANDO EL VALOR DEL SISTEMA DE ESPACIOS LIBRES EN EL PROYECTO URBANO DE BARRIO: IDENTIDAD, COHESIÓN Y SOSTENIBILIDAD . . . 212
Daniel Navas-Carrillo y *Heechang Chae*
1. Introducción . . . 212
2. Metodología . . . 214
3. Resultados . . . 214
3.1. Definición, caracterización y clasificación tipológica y funcional . . . 214
3.2. Dimensión estructural . . . 216
3.3. Dimensión social . . . 217
3.4. Dimensión ambiental . . . 219
3.5. Principios y criterios generales de diseño . . . 220
4. Conclusiones . . . 221
5. Referencias . . . 222

ENTRE REFUGIO Y EXTRAÑAMIENTO: MITOLOGÍAS ÍNTIMAS EN LA INSTALACIÓN ARTÍSTICA . . . 225
Lidón Ramos-Fabra y Carlos Pesqueira-Calvo
1. Introducción . . . 225
2. Metodología . . . 226
3. Desarrollo del escrito . . . 226
4. La instalación como dispositivo crítico . . . 228
4.1. El hogar como espacio simbólico: entre intimidad y amenaza . . . 229
4.2. Lo siniestro y el retorno de lo reprimido . . . 229
5. Análisis visual de las instalaciones . . . 230
6. El laberinto como figura arquetípica . . . 232
7. Lo íntimo como monstruoso . . . 233
8. Instalación y experiencia: del espectador al habitante . . . 233
9. Resonancias contemporáneas: mitología y trauma . . . 234
10. Discusión . . . 234
11. Conclusiones . . . 236
12. Referencias . . . 237

WHAT DRIVES GENERATION Z IN THEIR PURCHASING DECISIONS? . . . 239
María Luisa Fanjul Fernández, Francisco José Pradana Pérez y José Jesús Vargas Delgado
1. Introduction . . . 239
2. Methodology . . . 241
3. Results . . . 242
4. Discussion . . . 243
5. Conclusions . . . 244
6. References . . . 244

LA EUROPA MEDIEVAL VISTA POR EL CINE Y LA TV: FICCIONES, ESTEREOTIPOS Y DISCURSOS . . . 247
Gonzalo Pérez Castaño
1. Introducción . . . 247
2. Marco teórico y conceptual . . . 249
3. Metodología . . . 250
4. Análisis filmográfico por países . . . 252
4.1. España . . . 252
4.2. Francia . . . 253
4.3. Inglaterra . . . 254
5. Discusión: ficciones y discursos estereotipados . . . 255
6. Conclusiones . . . 256
7. Referencias . . . 257

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO PARTE DE LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA EN HERMOSILLO, MÉXICO 261
Conrado Sanzarric Aguilar, Francisca Pedroza Montero y Silvia Leticia Sánchez Fuentes
1. Introducción 261
2. Metodología 262
2.1. Investigación cuantitativa 262
2.2. Investigación cualitativa 263
3. Resultados 264
3.1. Comunicación 264
3.2. Información 265
3.3. Tecnologías de la información 267
3.4. Competitividad Organizacional en el áre de Comunicación 268
3.5. Competitividad organizacional en el área de informática 269
3.6. Competitividad organizacional en el área de Tecnologías de la información 269
4. Referencias 271

DECISÃO CLÍNICA EM SAÚDE ORAL:O PODER DA VOZ DO PACIENTE GERIÁTRICO 272
Augusta Silveira, Inés Castro, Sandra Gavinha y Maria Inés Guimarães
1. Introdução 272
1.1. Desafios do Envelhecimento Populacional e a Centralidade da Saúde Oral na Qualidade de Vida Geriátrica 272
1.2. A Indissociabilidade entre Saúde Oral e Saúde Geral no Idoso 273
1.3. Consequências do Edentulismo e Estratégias Preventivas 274
2. Metodologia 275
2.1. Pesquisa bibliográfica 275
2.2. Considerações éticas 275
2.3. Fases em que se desenvolveu o projeto 275
2.4. Amostra e critérios de inclusão e exclusão 276
2.5. Instrumentos e procedimentos para a recolha de dados 277
2.6. Análise de dados 277
3. Resultados 278
4. Referências 283

RACIONALIDAD Y CAOS. UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE COCO CHANEL Y «ALICIA EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS» DESDE LA PERSPECTIVA DE LA IDENTIDAD FEMENINA 286
Laura Sordo Ibáñez
1. Introducción 286
2. Metodología 287
3. Resultados 288
3.1. La racionalidad como principio de la identidad femenina. El legado de Coco Chanel 288
3.2. El caos y la transformación en la búsqueda de la identidad. Alicia en el País de las Maravillas 291
3.3. Convergencias y contrastes. La identidad femenina entre la racionalidad y el caos 295

4. Conclusiones 296
5. Referencias 298

LAS POLÍTICAS DE EDUCACIÓN INCLUSIVA Y DE ATENCIÓN A LAS MINORÍAS EN LAS AULAS ESPAÑOLAS: UN RECORRIDO HISTÓRICO Y NORMATIVO HASTA LA ACTUALIDAD 299
María José Vicente Vicente
1. Introducción 299
2. Metodología 300
3. Resultados 301
4. Conclusiones 307
5. Referencias 310

CONVERGENCIAS CREATIVAS:TRANSFERENCIAS DE LO HUMANO A LO ARTIFICIAL 312
María del Mar Villanueva Martín
1. Introducción 312
2. Metodología 313
3. Resultados 314
4. Referencias 317

EL MENSAJE Y SU IMPACTO EN LAS CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN: ANÁLISIS DEL MUSEO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 318
Rafael Carrasco Polaino y *Mónica Viñarás Abad*
1. Introducción 318
1.1. Publicidad y efecto boomerang 318
1.2. El museo y sus competencias comunicativas 320
1.3. Estudio de la persuasión en la psicología social 322
2. Metodología 323
3. Resultados 325
3.1. Mensaje sobre el racismo tras la visita al Museo 326
3.2. Mensaje sobre el racismo tras el visionado del anuncio 327
4. Conclusiones 328
5. Referencias 329

INCLUSIÓN Y DIVERSIDAD EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: ¿VENTAJA COMPETITIVA?

Juan Manuel Alonso Melo
Universidad Europea de Madrid

1. Introducción

El presente capítulo se centra en un tema fundamental dentro de las comunicaciones de Responsabilidad Social Corporativa: cómo ciertas empresas podrían estar instrumentalizando la Diversidad. Equidad e Inclusión para atraer la atención de la sociedad, los consumidores y los candidatos a procesos de selección.

DEI se refiere al conjunto de programas, políticas y prácticas específicas que las organizaciones han desarrollado e implementado para gestionar una fuerza laboral diversa de manera efectiva y promover la igualdad organizacional. La revisión de la literatura revela que empresas de todos los tamaños e industrias parecen involucrarse en prácticas de RSC para ayudar a gestionar la percepción que la sociedad tiene sobre ellas. Además, los académicos también coinciden en que la inclusión de DEI entre las prioridades de las empresas vale el esfuerzo.

Si bien hay evidencia de que los informes de RSC son una estrategia organizada, continua y permanente para combatir el estigma central de las empresas estigmatizadas, no se ha realizado ningún estudio específico que desarrolle el impacto de la disciplina DEI a lo largo de los diferentes puntos de contacto que posee una corporación (publicaciones corporativas anuales, memorias financieras, etc.

En definitiva, varios estudios sugieren que, en general, las empresas invierten en comunicar la DEI por motivos de imagen. Como ejemplos

ilustrativos, Aysola et al. (2023) afirman cómo las organizaciones carecen de precisión e intención en sus esfuerzos por avanzar en la inclusión; Ford y Patterson (2019) investigan el efecto principalmente cosmético sobre cómo las organizaciones entienden la diversidad e incluso pueden manipular la percepción de los ciudadanos, y Jackson et al. (2018) continúan la conversación sobre las corporaciones que se centran más en la charla que en el camino sobre DEI.

2. Revisión de la literatura

La diversidad, la equidad y la inclusión son «omnipresentes en el discurso público actual, apuntaladas por el reconocimiento social de la desigualdad y las demandas de menos discriminación» (Ferraro et al., 2023, p. 463). Mientras que el diálogo sobre la DEI se ha acelerado en nuestra sociedad (Demangeot et al., 2019) e incluso ha encendido movimientos sociales, como Black Lives Matter (Schipani, 2019) y #Metoo (Ashburn-Nardo, 2017), en respuesta muchas marcas de todo tipo de industrias como el comercio minorista, la tecnología o la fabricación luchan por ofrecer las estrategias y tácticas de DEI más avanzadas (Ferraro et al., 2023).

Durante la última década, la disciplina DEI ha recibido una consideración sin precedentes, debido a la percepción de las empresas y la promoción profesional de los grupos marginados (Betancourt, 2000). La divulgación de información sobre la responsabilidad social corporativa (RSC) ha demostrado ser una herramienta ficaz para que los directivos obtengan un mayor apoyo de las partes interesadas (Hillenbrand et al., 2013), así como la atención de los inversores institucionales y los analistas (Perks et al., 2013). Sin embargo, estos resultados no son transferibles, ya que apenas se han estudiado las prácticas de divulgación de la RSC de empresas estigmatizadas (Mishina y Devers, 2012), a partir de ahora denominadas empresas controvertidas, pecado o empresas «sin».

La comunidad científica no se ha puesto de acuerdo sobre una definición uniforme de las industrias estigmatizadas o de la estigmatización organizativa. Sin embargo, de la literatura existente hasta la fecha se pueden derivar varios conceptos, entre los que se incluyen carteras de productos y servicios que pueden dañar la salud humana (por ejemplo, tabaco, alcohol), operaciones y actividades potencialmente dañinas para el planeta (por ejemplo, fracking) o sucesos merecedores de críticas (por ejemplo, escándalos), todos ellos en

contraste frontal con las normas de comportamiento corporativo refrendadas (Grougiou et al., 2016; Vergne, 2012). Ninguna de estas empresas ha sido estudiada en términos de DEI como disciplina para desviar la atención de la sociedad del impacto negativo de sus actividades, aunque los académicos han pedido más investigación (Hudson, 2008) sobre la información de RSC de las empresas estigmatizadas. Las empresas asociadas a industrias en pecado parecen participar en prácticas de RSC (Rundle-Thiele et al., 2008) y es incluso más probable que inicien informes de RSC que sus homólogas de empresas no controvertidas y que expongan sus razones para hacerlo.

En primer lugar, cualquier organización puede verse más o menos cuestionada debido a un estigma que escapa a su control (Hudson, 2008), lo que convierte a todas las instituciones públicas y privadas en un objetivo potencial en esta materia, incluso si la actividad principal está más allá del rechazo de la opinión pública. Barnett & Pollock (2012) van un paso más allá al explicar cómo algunas empresas utilizan mecanismos específicos para mitigar los efectos negativos de un acontecimiento negativo o de una percepción negativa.

En segundo lugar, las actividades de determinadas industrias han desencadenado intensos debates públicos (Viererbl & Koch, 2022). Esto se debe a la discrepancia existente entre lo que las corporaciones afirman que hacen (el *discurso*) en su documentación publicada sobre RSC frente a las actividades reales (el *camino*), las inversiones y las intenciones de dichas empresas, y teniendo en cuenta que no todas las empresas que sufren estas situaciones han sido previamente estigmatizadas (Heal, 2008), otros miembros del grupo viven con una mayor probabilidad de encontrarse con las repercusiones del estigma social.

Según la investigación, las iniciativas de RSC en empresas estigmatizadas difieren de las industrias no estigmatizadas en cuanto a la dirección del impacto (Oh et al., 2017). La mayoría de las actividades de RSC en industrias estigmatizadas, según Hill (2001), «alienarían aún más a la empresa del resto de la sociedad, lo que se traduciría en una reducción de la reputación, un aumento de los costes y una disminución del valor para el accionista a través de la erosión de su licencia para operar» (p. 32). Confirmando esta teoría, un grupo de académicos determinó que la comunicación de la RSC podría empleaRSC para mitigar el estigma; Palazzo y Richter (2005) argumentaron que los enfoques tradicionales de la RSC exacerban, en lugar de legitimar,

las dificultades de las empresas estigmatizadas. Otra corriente de pensamiento rebate esa postura al señalar que el bajo rendimiento financiero de las empresas estigmatizadas aumenta a medida que amplían su información sobre RSC (Oh et al., 2017).

Existen pruebas de que la participación de las industrias no estigmatizadas en iniciativas de RSC y la publicidad asociada aumentan los costes de captación de capital, mientras que estos costes disminuyen en el caso de las industrias no estigmatizadas (El Ghoul et al., 2011). Steltenpool y Verhoeven (2012) constataron que una información más explícita sobre la RSC en la industria del alcohol repercutía negativamente en la actitud de los consumidores hacia la empresa, sus intenciones de compra, su percepción de la empresa y su nivel de escepticismo. Así, algunos estudios sugieren que las actividades de RSC en sectores estigmatizados son menos eficaces o pueden tener un impacto negativo que en empresas no estigmatizadas. Entre ellos, un número creciente de estudiosos señalan que las empresas que realizan y operan actividades en un sector estigmatizado defienden y restauran activamente su reputación mediante grupos de presión, la promoción de organizaciones benéficas y el patrocinio de eventos para demostrar su moralidad, ética y responsabilidad, entre otras cosas, extendiendo esta conversación bastante durante las últimas décadas (Carroll, 2015; Wen et al. 2021). Sin embargo, como contraste entre los primeros y los segundos, la pregunta que surge es: ¿están invirtiendo más recursos y dedicando más las empresas con estigma que sus homólogas sin él para mejorar la identidad perdida debido a los estigmas de su actividad principal?

Las instituciones controvertidas invierten sin descanso en reducir los efectos de la estigmatización (Elsbach y Sutton, 1992). Son de especial interés en esta revisión bibliográfica porque sus métodos defensivos sirven de excelentes ejemplos para varias empresas que se enfrentan a importantes problemas de reputación (Brown, 2014). Como resultado, estas industrias están adquiriendo una experiencia relevante en discursos como la RSC y la sostenibilidad, como demuestra el aumento de informes sociales, medioambientales y de sostenibilidad (Hudson & Okhuysen, 2009).

Otra perspectiva sobre este asunto la presenta documentación específica que sugiere que las empresas estigmatizadas pretenden restaurar su reputación dañada o acallar las quejas de las partes interesadas mediante el uso de estrategias de comunicación basadas en la impresión (Bansal & Clelland,

2004). Dado que estas acciones se consideran actualmente como responsabilidad social corporativa,que comunica el cumplimiento a las audiencias sociales, estas empresas recurren con frecuencia a la RSC para iniciar un «diálogo entre la empresa y sus partes interesadas» (Gray et al., 1995, p. 53). En particular, los informes de RSC envían importantes señales de congruencia institucional que resultan muy eficaces para ocultar o, al menos, desviar la atención de los comportamientos más denostados (Elsbach & Sutton, 1992).

Si las empresas estigmatizadas han identificado este resultado en el uso de DEI para la gestión del estigma, es posible que se haya incorporado un uso excesivo de este campo en sus informes de RSC. Por este motivo, la primera y hipótesis se formula como:

> H1: Existen diferencias significativas en la comunicación de la DEI entre empresas estigmatizadas y no estigmatizadas en sus informes de RSC.

3. Metodología

3.1. Análisis de contenidos

El capítulo presenta un análisis de contenido (Neuendorf, 2017) para medir las comunicaciones y el vocabulario de DEI en los informes de RSC. Mediante el software Wordstat, se realizó un análisis de contenido aplicando un diccionario predefinido de DEI para poder procesar las grandes cantidades de información no estructurada incluida en los informes de RSC, siguiendo los trabajos basados en Wordstat de investigadores anteriores (Chen y Zang, 2017).

Se ha aplicado para estudiar si el contenido de la DEI en los informes de RSC varía en términos de profundidad, extensión y vocabularios no discriminatorios cuando se trata tanto de empresas estigmatizadas (sin) como de empresas no estigmatizadas (nonsin). Dado que los informes de RSC se han empleado (Mishina & Devers, 2012; Rundle-Thiele et al., 2008) en las estrategias de las empresas sin, este estudio investiga cómo las empresas pertenecientes a industrias sin pueden estar promulgando una estrategia determinada en las comunicaciones de RSC (DEI-específica).

Para seleccionar qué empresas estigmatizadas y no estigmatizadas incluir en el estudio se ha seguido un procedimiento de muestreo en dos pasos de los estudios existentes sobre estigma organizacional (Grougiou et al., 2016; Statman et al., 2009; Humphrey et al 2014):

Primer paso: identificar las empresas estigmatizadas. Grougiou et al. (2016) y Statman et al. (2009) han catalogado las empresas estigmatizadas como aquellas que producen alcohol, armas de fuego, juegos de azar, energía nuclear, tabaco y operaciones militares. Siguiendo a Humphrey et al. (2014), se han empleado los códigos de cuatro dígitos de la Clasificación Industrial Estandarizada (SIC), obtenidos de la base de datos WorldScope, para detectar empresas pertenecientes a los sectores del alcohol, las armas de fuego, los juegos de azar, el tabaco y la defensa/armas.

Paso 2: identificar empresas comparables no estigmatizadas. Se ha desarrollado un conjunto equivalente para permitir la identificación de disparidades y diferencias frente al grupo de empresas estigmatizadas. Las categorías elegidas son el transporte aéreo, la logística, el comercio minorista, el alquiler de coches y los videojuegos. Se ha comprobado que estas cinco categorías ofrecen un conjunto de corporaciones análogas en los ingresos totales de las empresas. Los nombres de las empresas se han seleccionado, de nuevo, de la base de datos WorldScope. De los pasos 1 y 2, se seleccionaron un total de 58 empresas estigmatizadas y 58 no estigmatizadas (en un principio, se seleccionaron 60 empresas para cada mazo, pero en etapas posteriores del estudio no se obtuvieron resultados coherentes).

En ambos, los criterios de selección han sido las 10-12 primeras empresas por sector según su facturación global. El siguiente paso ha sido aplicar el código de cuatro dígitos (SIC) de la Clasificación Industrial Estandarizada, lo que ha dado como resultado la siguiente clasificación: el primer bloque, industrias estigmatizadas, incluye alcohol-bebidas espirituosas (ALC), defensa-armas (DEF), energía nuclear (ENE), juego (GAM) y tabaco (TOB). En el segundo bloque se ha incorporado un conjunto de 58 empresas no estigmatizadas para permitir la comparación, entre las que se incluyen el transporte aéreo (AIR), la logística (LOG), el comercio minorista o *retail* (RET), el alquiler de coches (RTC) y los videojuegos (VID); estas empresas no estigmatizadas también se han elegido de acuerdo con los criterios antes mencionados sobre las 10-12 primeras empresas por sector según los ingresos globales. Esta información se ha extraído de las páginas web corporativas de las empresas y de sus informes financieros.

Para cada una de las 58 empresas estigmatizadas y 58 empresas no estigmatizadas se recopilaron informes de RSC a lo largo de tres años, 2021, 2022 y 2023, para un total de 174 informes de RSC y DEI de empresas

estigmatizadas y 174 de empresas no estigmatizadas. No se recopilaron informes del año 2024 porque no todas las empresas habían publicado sus informes cuando se realizó el estudio. Los informes se extrajeron del sitio web www.ResponsibilityReports.com, el listado más completo y actualizado de informes de responsabilidad en Internet que incluye más de 19.000 referencias de 3.935 empresas mundiales. Solo en los casos en que la empresa no ha publicado sus informes en el sitio mencionado, se ha utilizado el sitio web de la firma (en concreto, Air China, Alpha CarHire y los restaurantes BJ's).

Ambos listados de empresas se presentan seguidamente en los cuadros 1 y 2.

Stigmatized firm	Stigma industry	Region of origin	Revenue 2022 (Billion $)	Stigmatized firm	Stigma industry	Region of origin	Revenue 2022 (Billion $)
888 Holdings	GAM	Europe	1,57	Golden Entertaiment	GAM	USA	1,12
Aerojet Rocketdyne	DEF	USA	2,24	GrainCorp	TOB	Australia	8,22
Altria	TOB	USA	25,11	Greene King	ALC	UK	2,76
Ameren	ENE	USA	7,95	Entain	GAM	Australia	5,43
Ardent Leisure	GAM	Australia	0,41	Hyatt	GAM	USA	5,89
Aristocrat	GAM	Australia	3,63	Intercontinental H&R	GAM	UK	25,8
Axon Enterprise	DEF	USA	1,19	Imperial Brands	TOB	UK	41,14
BAE Systems	DEF	UK	26,29	JTI	TOB	Europe	17,55
BAT	TOB	UK	34,21	LasVegas Sands	GAM	USA	4,11
Beam-Suntory	ALC	UK	5,6	Lion	ALC	Australia	1,34
Betfair	GAM	Europe	7,5	Lockheed Martin	DEF	USA	65,98
BJs Restaurants	ALC	USA	1,28	Marcus Corporation	GAM	USA	0,67
Boeing	DEF	USA	66,6	Marriott	GAM	USA	20,77
Boyd Gaming	GAM	USA	3,55	Marston's	ALC	UK	1,01
Brown-Forman	ALC	USA	4,13	Melco	GAM	Europe	3,78
Bwin	GAM	UK	4,3	Merlin Entertainments	GAM	UK	2,48
Chemring	DEF	UK	0,4	Metcash	ALC	Australia	9,98
Choice hotels	GAM	USA	1,4	MGM Resorts	GAM	USA	13,12
Churchill Downs	GAM	USA	1,81	Molson Coors	ALC	USA	10,7
Coca Cola Amatil	ALC	Australia	17,32	Monarch Casino	GAM	USA	0,47
Constellation Brands	ALC	USA	8,82	National Presto	DEF	USA	0,32
Crown Resorts	GAM	Australia	12,94	NextEra	ENE	USA	20,96
Diageo	ALC	UK	18,84	Northrop Grumman	DEF	USA	36,6
Dominion Energy	ENE	USA	16,75	Pacific Gas and Electr	ENE	USA	21,68
DTE	ENE	USA	19,22	Penn National Gaming	GAM	USA	6,4
Duke Energy	ENE	USA	28,77	Philip Morris	TOB	USA	31,76
Entergy	ENE	USA	13,76	Reynolds American	TOB	USA	3,81
Exelon	ENE	USA	19,07	SmithWeasssons	DEF	USA	0,56
FirstEnergy	ENE	USA	12,5	Southern Company	ENE	USA	29,3

Cuadro 1. 58 empresas estigmatizadas,
líderes de sus sectores en facturación en 2022.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

Non-stigmatized firm	Non-stigma industry	Region of origin	Revenue 2022 (Billion $)	Non-stigmatized firm	Non-stigma industry	Region of origin	Revenue 2022 (Billion $)
Ace Rent a car	RTC	USA	0,14	Fedex Corp	LOG	USA	90,16
Activision-Blizzard	VID	USA	8,71	Fox Rent	RTC	USA	0,29
Ahold Delhaize	RET	Europe	88,65	Google	VID	USA	305,63
Air Canada	AIR	Canada	16,11	Hertz	RTC	USA	9,37
Air China	AIR	China	16,38	IKEA	RET	Europe	51,2
Aldi	RET	Europe	121,1	Japan Airlines	AIR	Japan	11,39
Alpha Car Hire	RTC	USA	0,08	Kevuru	VID	Australia	0,08
Amazon	RET	USA	574,78	Konami	VID	Japan	2,4
American Airlines	AIR	USA	53,01	Lufthansa	AIR	Europe	35,4
Ana Group	AIR	Japan	10,4	Maersk Group	LOG	Europe	51,1
Apex Car Rentals	RTC	UK	0,03	Mediterr. Shipping Co	LOG	Europe	28,2
Apple	VID	USA	383,02	Microsoft	VID	USA	211,05
Avis/Budget Group	RTC	USA	2,8	NetEase	VID	China	14,6
BandaiNamco	VID	Japan	7,47	Nintendo	VID	Japan	11,85
British Airways	AIR	UK	15,6	Ryanair	AIR	Europe	11,22
Carrefour	RET	Europe	87,54	Schwarz Group	RET	Europe	3,03
Air China	AIR	China	16,38	Sega	VID	Japan	3,29
China Southern	AIR	China	19,26	Seven & I	RET	Japan	76,99
China State Railway	LOG	China	135,8	Sixt	RTC	Europe	3,62
COFCO	LOG	Australia	3,13	Sony	VID	Japan	25,48
Cosco Group	LOG	China	18,95	Southwest Airlines	AIR	USA	26,09
Costco	RET	USA	226,95	Take 2 Interactive	VID	USA	5,39
CyberAgent	VID	Japan	5,26	Tencent	VID	China	21,5
Delta	AIR	USA	54,7	The Home Depot	RET	USA	157,4
DHL	LOG	Europe	89,12	Toll Group	LOG	Australia	5,8
Dollar/Thrifty AG	RTC	USA	1,5	Ubisoft	VID	Europe	1,96
Electronic Arts	VID	USA	7,66	United Airlines	AIR	USA	13,6
Emirates Airlines	AIR	MEA	18,3	UPS	LOG	USA	91
Enterprise	RTC	USA	24,76	Walmart	RET	USA	611,29

Cuadro 2. 58 empresas no estigmatizadas,
líderes de sus sectores en facturación en 2022.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

Los 348 documentos de 2021 a 2023 se han recogido con los siguientes criterios. En primer lugar, la investigación ha priorizado la existencia de un informe específico de DEI emitido por la empresa; en caso de no estar presente, como segundo paso, se ha buscado un informe de RSC que incluyera un apartado de DEI; finalmente, se ha inspeccionado un apartado de DEI asignado en el Informe Anual como último recurso sólo en aquellos casos en los que no existía ningún documento informado sobre RSC o DEI. En caso de que ninguno de los anteriores haya sido redactado por la empresa indicada, no se ha incorporado ningún texto para ser analizado por Wordstat. Los principales retos que se encontraron durante esta recopilación de datos fueron la (in)disponibilidad de documentos, las recientes fusiones y adquisiciones de empresas y el hecho de que algunas industrias sólo tenían un estigma parcial, lo que dejaba un alto nivel de subjetividad y, por lo tanto, se rechazaban como no industrias a efectos de este estudio.

El principal objetivo en este segundo paso ha sido determinar el conjunto de variables clave a incluir en el libro de códigos (Neuendorf, 2017) que nos permitiera medir la existencia e intensidad de las comunicaciones y el vocabulario de DEI en los informes. Para ello, se han incluido los dos conjuntos siguientes.

Variables cualitativas

1. ¿Pertenece la empresa a una industria estigmatizada o no? Empresa sin / no sin
2. Industria a la que pertenece la empresa Alcohol, Defensa, Energía, Juego, Tabaco, Líneas aéreas, Logística, Comercio minorista, Alquiler de coches, Videojuegos

Variables cuantitativas

3. Número total de páginas dedicadas a DEI en los informes de RSC
4. Número total de palabras dedicadas a DEI en los informes de RSC

4. Resultados

Con la notoriedad que está adquiriendo la disciplina de la DEI, el objetivo de esta sección es arrojar luz sobre el hecho de si los directivos de las empresas estigmatizadas han demostrado ser más propensos a iniciar y ampliar el contenido de la DEI en los informes de RSC que sus homólogos de las empresas no controvertidas con el apoyo del software de minería de datos de Wordstat.

Dado que las pruebas de normalidad rechazaron la hipótesis de normalidad, como el valor p de las pruebas K-s es inferior al 5%, no se pudieron realizar pruebas ANOVA basadas en la normalidad. Por lo tanto, se ha elegido la prueba de Kruskal- Wallis (calculada a partir de rangos) cuya hipótesis nula puede emplearse para dos o más categorías (niveles) en la variable dependiente. La hipótesis nula de la prueba de Kruskal-Wallis establece que las medianas de las muestras de los distintos grupos son iguales. En otras palabras, la ausencia de diferencias significativas en las variables independientes para las categorías de las variables dependientes. En los párrafos siguientes se han comprobado las hipótesis, mostrando tanto los resultados de la prueba de Kruskal-Wallis como la comparación de medias.

La primera variable considerada ha sido «Sin-Nonsin» (Estigmatizada o no estigmatizada), donde la hipótesis nula es «no existen diferencias significativas en la comunicación de la DEI entre las empresas estigmatizadas y las que no lo son en sus informes de RSC». Para ambas variables dependientes, se rechaza la hipótesis nula, como se muestra en la tabla 1.

	H0	Estadística	Sig.	Decisión
1	PAGES La distribución del DEI es la misma entre las categorías en ESTIGMATIZADO O NO.	25,920	,000	Rechazar H0: Existen diferencias significativas entre los niveles Sin-NonSin
2	PALABRAS La distribución del DEI es la misma entre las categorías en ESTIGMATIZADO O NO.	15,753	,000	Rechazar H0: Existen diferencias significativas entre los niveles Sin-NonSin.

Tabla 1. Prueba de Kruskal-Wallis: Variable sin/sin.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

Rechazada la hipótesis nula, se ejecutó la comparación de medias, demostrando en la tabla 2 una clara superioridad de medias en ambas variables dependientes.

	NO	SIN
	Media	Media
PÁGINAS DEI	4,29	9,46
PALABRAS DEI	1446	2674

Tabla 2. Comparación de medias: Variable sin/sin.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

La segunda variable considerada ha sido la **Industria**, donde la hipótesis nula determina que no existen diferencias significativas en la comunicación de DEI por industria en los informes de RSC. Para ambas variables dependientes, se rechaza la hipótesis nula, como se resume en la tabla 3 a continuación.

	H0	Estadística	Sig	Decisión
1	PAGES La distribución de DEI es la misma entre las categorías de INDUSTRIA	63,302	,000	Rechazar H0: Existen diferencias significativas entre los niveles de INDUSTRIA
2	La distribución del DEI de PALABRAS es la misma entre las categorías de INDUSTRIA.	53,198	,000	Rechazar H0: Existen diferencias significativas entre los niveles de INDUSTRIA

Tabla 3. Prueba de Kruskal-Wallis: Variable industria.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

Una vez rechazada la hipótesis nula, se ha ejecutado la comparación de medias, Tabaco y Energía manifiestan el mayor número de medias de las variables dependientes (20,4 páginas DEI, 4673 palabras DEI en el caso de Tabaco; 12,2 páginas DEI; 3477 palabras DEI en el caso de Energía) como se muestra en la tabla siguiente. Las cifras más bajas se han obtenido en los sectores no incluidos en Rent-a-car y Logística (0,7 páginas DEI, 247 palabras DEI; 2,8 páginas DEI, 1048 palabras DEI respectivamente).

	ALC	DEF	ENE	GAM	TOB	AIRE	LOG	RET	RTC	VID
	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media
PÁGINAS DEI	9,6	6,9	12,2	5,4	20,4	3,7	2,8	4,7	0,7	7,4
PALABRAS DEI	3671	1734	3477	1505	4673	1156	1048	1994	247	2256

Tabla 4. Comparación de medias: Variable Industria.
Fuente: Elaboración propia a partir de SPSS, v.28, 2024.

Una vez realizadas las pruebas, el estudio confirma la hipótesis: existen diferencias significativas en la comunicación de la DEI entre empresas estigmatizadas y no estigmatizadas en sus informes RSC, ocurriendo igualmente por industria.

5. Conclusión

Siguiendo los resultados del examen de fuentes pasadas y recientes a través de la revisión bibliográfica, este estudio apoya la teoría que sostiene que la comunicación de la RSC es una estrategia organizada, continua y permanente para combatir el estigma central de las empresas controvertidas. Wolfe y Blithe (2015) han sido reconocidos como defensores de la comunicación de la RSC como medio para reducir las percepciones negativas originadas por la estigmatización de la industria. estas industrias están adquiriendo una experiencia relevante en discursos como la RSC, y en concreto DEI, como demuestra el aumento de informes sociales, medioambientales y de sostenibilidad (Hudson & Okhuysen, 2009).

6. Referencias

Ashburn-Nardo, L. (2017). Parenthood as a moral imperative? Moral outrage and the stigmatization of voluntarily childfree women and men. *Sex roles*, *76*(5), 393-401.

Aysola, J., Murdock, H. M., Lett, E., Williams, C., Wade Jr, R., & Higginbotham, E. J. (2023). Operationalizing inclusion: moving from an elusive goal to strategic action. *Epidemiologic Reviews*, *45*(1), 140-145.

Bansal, P., & Clelland, I. (2004). Talking trash: legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment. *Academy of Management Journal, 47*(1), 93-103.

Barnett, M. L., & Pollock, T. G. (Eds.). (2012). The Oxford handbook of corporate reputation. Oxford University Press, USA.

Betancourt, J. R., & King, R. K. (2000). Diversity in health care: expanding our perspectives. *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, *154*(9), 871-872.

Brown, J. (2014). Junk science: food companies accused of using tobacco's tricks to protect profits. The Independent.

Carroll, C. E. (Ed.). (2015). *The handbook of communication and corporate reputation*. John Wiley & Sons.

Chen, H. L., & Zhang, Y. (2017). Educating data management professionals: A content analysis of job descriptions. *The Journal of Academic Librarianship*, *43*(1), 18-24.

Demangeot, C., Kipnis, E., Pullig, C., Cross, S. N., Emontspool, J., Galalae, C., … & Best, S. F. (2019). Constructing a bridge to multicultural marketplace well-being: A consumer-centered framework for marketer action. *Journal of Business Research*, *100*, 339-353.

El Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital? *Journal of Banking & Finance*, *35*, 2388-2406.

Elsbach, K. D., & Sutton, R. I. (1992). Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of Management Journal*, *35*, 699-738.

Ferraro, C., Hemsley, A., & Sands, S. (2023). Embracing diversity, equity, and inclusion (DEI): Considerations and opportunities for brand managers. *Business Horizons*, *66*(4), 463-479.

Ford, K. S., & Patterson, A. N. (2019). «Cosmetic diversity»: University websites and the transformation of race categories. *Journal of Diversity in Higher Education*, *12*(2), 99.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 8*(2), 47-77.

Grougiou, V., Dedoulis, E., & Leventis, S. (2016). Corporate social responsibility reporting and organizational stigma: The case of «sin» industries. *Journal of Business Research*, *69*, 905-914.

Heal, G. (2008). *When principles pay: corporate social responsibility and the bottom line*. New York: Columbia University Press.

Hill, J. (2001). Thinking about a more sustainable business—An indicators approach. *Corporate Environmental Strategy*, *8*, 30-38.

Hillenbrand, C., Money, K., & Ghobadian, A. (2013). Unpacking the mechanism by which corporate responsibility impacts stakeholder relationships. *British Journal of Management, 24*(1), 127-146.

Hudson, B. A. (2008). Against all odds: A consideration of core-stigmatized

organizations. *Academy of Management Review*, *33*, 252-266.

Hudson, B. A., & Okhuysen, G. A. (2009). Not with a ten-foot pole: Core stigma, stigma transfer, and improbable persistence of men's bathhouses. *Organization Science*, *20*, 134-153.

Humphrey, J. E., & Tan, D. T. (2014). Does it really hurt to be responsible? *Journal of business ethics*, *122*, 375-386.

Jackson, A., Garcia-Zambrana, I., Greenlee, A. J., Lee, C. A., & Chrisinger, B. (2018). All talk no walk: Student perceptions on integration of diversity and practice in planning programs. *Planning Practice & Research*, *33*(5), 574-595.

Mishina, Y., & Devers, C. E. (2012). On being bad: Why stigma is not the same as a bad reputation.

Oh, H., Bae, J., & Kim, S. J. (2017). Can sinful firms benefit from advertising their CSR efforts? Adverse effect of advertising sinful firms' CSR engagements on firm performance. *Journal of Business Ethics*, *143*, 643-663.

Palazzo, G., & Richter, U. (2005). CSR business as usual? The case of the tobacco industry. *Journal of Business Ethics*, *61*, 387-401.

Perks, K. J., Farache, F., Shukla, P., & Berry, A. (2013). Communicating responsibility practicing irresponsibility in CSR advertisements. *Journal of Business Research, 66*(10), 1881-1888.

Rundle-Thiele, S., Ball, K., & Gillespie, M. (2008). Raising the bar: from corporate social responsibility to corporate social performance. *Journal of Consumer Marketing, 25*(4), 245-253.

Schipani, A. (2019). *Strategies of redistribution: the left and the popular sectors in Latin America* (Doctoral dissertation, UC Berkeley).

Statman, M., & Glushkov, D. (2009). The wages of social responsibility. *Financial Analysts Journal*, *65*(4), 33-46.

Steltenpool, G.-J., & Verhoeven, P. (2012). Sector-dependent framing effects of corporate social responsibility messages: An experiment with non-alcoholic and alcoholic drinks. *Public Relations Review*, *38*, 627-629.

Vergne, J. P. (2012). Stigmatized categories and public disapproval of organizations: A mixed methods study of the global arms industry. *Academy of Management Journal*, *55*, 1027-1052.

Vierербl, B., & Koch, T. (2022). The paradoxical effects of communicating CSR activities: Why CSR communication has both positive and negative effects on the perception of a company's social responsibility. *Public relations review*, *48*(1), 102134.

Wen, T. J., Li, J. Y., & Song, B. (2021). Does public segmentation matter in crisis communication? The interplay between public segmentation and crisis response strategies. *Corporate Communications: An International Journal*, *26*(3), 622-635.

Wolfe, A. W., & Blithe, S. J. (2015). Managing image in a core-stigmatized organization: Concealment and revelation in Neveda's legal brothels. *Management Communication Quarterly*, *29*, 539-563.

ALIGNING PEDAGOGICAL APPROACHES AND LITERACY STRATEGIES TO COUNTER FAKE NEWS

Marlene Amorim
Marta Ferreira Dias
GOVCOPP & DEGEIT
Universidade de Aveiro

1. Introduction

The contemporary teaching and learning contexts cannot be dissociated from the broader social ecossystems where fake news, misinformation, and disinformation are increasingly present. These phenomena have the effect of distorting public understanding, polarizing societies, and erode trust in science and democratic institutions (Wardle & Derakhshan, 2017; Lewandowsky et al., 2017). Fueled by social media platforms and algorithm-driven content curation, fake news can spread faster and more widely than accurate information (e.g. see for example Vosoughi, Roy, and Aral (2018). In this context, Higher Education (HE) plays a pivotal role in equipping students with the tools needed to navigate this complex reality, and develop their professional and personal skills, attitudes and competences. However, current responses to the need for integraitng media litereacy in teaching and learning contects is still fragmented (Phippen, Bond and Buck (2021).). However the integration of fake news literacy systematically into the curriculum is still far from being addressed. This article proposes a conceptual typology that aligns pedagogical approaches with levels of exposure to fake news and the intensity of literacy strategies embedded in teaching and learning environments. It serves as a framework for designing more resilient, critical, and contextually aware learning environments in HE.

The term 'fake news' is increasingly recognized as insufficient for describing today's complex information challenges. Wardle and Derakhshan (2017) define three categories: misinformation (false or misleading infor-

mation shared without harmful intent), disinformation (shared with intent to deceive), and malinformation (true information used maliciously). These distinctions are critical for educators.

Vosoughi et al. (2018) found that false information spreads more quickly and widely than truth, particularly when emotionally charged. Students frequently interact with multiple sources of information through social media, online forums, etc., creating a pressing need for such digital literacy to asses the trustworthiness of the resources they have access to. Despite assumptions that digital natives are naturally competent, studies (e.g., McGrew, et al. (2018), Wineburg & McGrew, (2019)) highlight that students often fail to distinguish reliable from misleading content. The typology proposed on this paper builds two intersecting axes to guide educators in structuring learning experiences that foster resilience to information problems. The proposed model is intended as a flexible and practical tool to guide educators in various disciplinary contexts. It invites a strategic rethinking of how pedagogy and literacy development interact, emphasizing that resilience to the challenges in the quality of information should not be confined to specific subjects like media studies or communication but embedded across the HE landscape (Nichols and LeBlanc, 2021). Ultimately, the typology offers both a theoretical contribution and a practical roadmap for integrating digital literacy into contemporary teaching and learning.

2. Conceptual background

2.1. **Revisiting the concept of «fake news»**

The term fake news has gained widespread popularity, yet it is often used imprecisely. Wardle and Derakhshan (2017) propose a framework by distinguishing between misinformation (false or misleading information shared without intent to harm), disinformation (false information shared deliberately to deceive), and malinformation (true information used maliciously, often out of context). These forms of information disorder affect not only the general public but also students navigating complex academic and digital environments. The term fake news has become a popular label for various forms of false or misleading information, but it is increasingly recognized as too simplistic to capture the complexity of today's digital misinformation landscape. Scholars have called for more precise language and typologies to understand

how different kinds of information disorders function and how they affect learners (Tandoc et al., 2018; Wardle and Derakhshan, 2017).

Wardle and Derakhshan (2017) offer a widely adopted framework that distinguishes between three key concepts:

Misinformation, referring to false or misleading information that is shared without harmful intent. For example, a student unknowingly citing an outdated or invalid study.

Disinformation, as for false information deliberately created and disseminated to deceive or manipulate. This includes fabricated news stories or conspiracy theories circulated to influence public opinion or gain advantages (e.g. political, financial, etc.).

Malinformation involves genuine information used to cause harm—such as leaking private communications or sharing content out of context to damage reputations.

While these categories overlap in practice, distinguishing between them helps educators design more targeted interventions. Misinformation may require better access to reliable sources and critical reading skills; disinformation may require deeper understanding of manipulation tactics and verification tools; malinformation may call for ethical reflection and privacy awareness. The rapid spread and emotional appeal of false information complicates the problem. Research by Vosoughi, Roy, and Aral (2018) showed that falsehoods on Twitter spread significantly faster and more broadly than factual content, particularly when they are emotionally charged or surprising. Algorithms that prioritize engagement amplify this dynamic, often exposing users—including students—to echo chambers or polarizing content with little transparency or accountability (Batista and Gradim, 2020; Cinelli et al., 2021).

In educational contexts, this becomes especially problematic as students increasingly rely on the internet and social media for learning, research, and social interaction. They may unknowingly engage with questionable sources, repeat misinformation in their assignments, or be influenced by biased narratives that shape their views on science, politics, or society. A common assumption is that students—especially digital natives—possess natural digital fluency. However, this is not necessarily the case. While they may be proficient in using digital tools and platforms, many lack critical digital literacy—the ability to evaluate, contextualize, and reflect on the

information they encounter (McGrew et al., 2018; Wineburg and McGrew, 2019). Moreover, the line between academic and non-academic information is increasingly blurred. Students frequently combine sources from Google, Wikipedia, YouTube, Instagram, and others alongside academic databases. This creates a hybrid learning environment where content reliability varies greatly, and where personal beliefs, emotional reactions, and peer influence can affect how knowledge is constructed. Therefore, understanding fake news and related information disorders is not only a matter of media studies or journalism—it is a foundational challenge for all disciplines engaged in teaching critical thinking, research skills, and civic responsibility. It calls for a strategic and embedded response, one that recognizes the cognitive, emotional, technological, and social dimensions of misinformation in the daily experience of students. HE students are expected to engage with diverse information sources—academic databases, media articles, grey literature, social media—but often without explicit training in how to evaluate credibility, detect manipulation, or verify facts. While many institutions assume that digital natives are naturally adept at navigating online content, research indicates that students often struggle to differentiate between trustworthy and deceptive sources (Wineburg & McGrew, 2019).

2.2. **The Role of Higher Education in Digital Resilience**

Critical literacy and digital literacy have emerged as key competencies for 21st-century learners (Hobbs, 2019). Critical literacy goes beyond technical skills, encompassing the ability to question the intent and the context of a message. Integrating such competencies into HE is essential, given the societal responsibility of universities to prepare students for informed civic participation (Mihailidis and Viotty, 2017).Yet the integration of fake news literacy into academic programs remains sporadic (Lipkin, Culver and Redmond, 2020). While awareness of media manipulation is increasing, curricular responses often lack coherence or depth. Instructors may introduce brief warnings about unreliable sources or suggest fact-checking tools, but a structured pedagogical strategy is needed to lead to lasting competence (Mihadilis et al, 2025).

Over the past decades, HE has seen a gradual but significant shift from teacher-centered to student-centered learning paradigms (some examples offered in Table 1). This transformation reflects broader pedagogical trends

emphasizing autonomy, engagement, and real-world applicability. The student is no longer a passive recipient of knowledge, but an active constructor of meaning (Starkey, 2019). This shift has been driven by both epistemological and practical reasons. On one hand, constructivist learning theories highlight the value of inquiry, discovery, and collaboration. On the other hand, the rapidly changing world require learners who are adaptable, critical, and capable of lifelong learning(Dakovic and Zhang, 2020).As students take more responsibility for sourcing and interpreting information —often outside the curated environment of a syllabus— they are more exposed to the fragmented and unregulated nature of the internet.

Table 1 – Pedagogical Methods and Exposure to Non-Controlled Content

Teaching Method	Exposure	Brief Description
Lecture-Based Learning *(Bligh, 2000; Lomer & Palmer, 2021)*	Low	Instructor delivers pre-selected materials, leading to minimal student interaction with external sources.
Guided Reading / Tutorials *(Brookfield, 2015; Shrestha et al., 2019)*	Low–Moderate	Students engage with curated academic texts and instructor-defined resources.
Simulation-Based Learning *(Lateef, 2010; Motola et al., 2019)*	Moderate	Students engage with controlled dynamic scenarios (e.g., virtual labs,) using designed content.
Case-Based Learning (CBL) *(Herreid, 2011; Thistlethwaite et al., 2020)*	Moderate	Students analyze real or fictional cases using pre-selected or semi-curated materials.
Flipped Classroom *(Bergmann & Sams, 2012; Lo & Hew, 2019)*	Moderate	Students prepare with selected digital content before class and apply knowledge during active sessions.
Collaborative Online International Learning (COIL) *(Rubin, 2017; Gutiérrez et al., 2020)*	High	Students from different countries collaborate virtually, sharing potentially uncurated digital content.
Project-Based Learning (PjBL) *(Bell, 2010; Kokotsaki et al., 2021)*	High	Students create projects addressing real-world challenges, resorting to research and multi-sources.

Teaching Method	Exposure	Brief Description
Problem-Based Learning (PBL) (*Hmelo-Silver, 2004; Loyens et al., 2019)*	High	Students solve complex problems often using online and informal content.

2.3. **Pedagogical Approaches and Exposure Risk**

Pedagogical methods can be classified from different perspectives. For the purpose of this study the focus in on how thasy can vary in how much they expose students to non-curated information. Lecture-based learning generally offers low exposure, while inquiry-based learning involves high exposure. Understanding this continuum can help educators assess risks and plan literacy integration proportionally.

This classification is not intended to discourage high-autonomy learning but to emphasize the need for alignment between exposure risk and digital literacy support. For example, in a high-exposure context like inquiry-based learning, it is essential to embed structured tools for fact-checking, source triangulation, and lateral reading. Conversely, even in low-risk formats such as lectures, there is room to introduce critical reflection through curated misinformation examples or short analytical activities. In Table 1 it is possible to revisit several pedagogical approaches and infer about their level of exposure to non-controled content. The table also reveals a clear pattern: the more students are empowered to explore and construct knowledge independently, the greater the need for embedded literacy strategies to guide and protect their learning process. The typology presented in the next section builds on this insight to provide a flexible framework for aligning pedagogical exposure with appropriate levels of fake news literacy integration.

3. Developing a typology to inform teaching strategies on fake news exposure

3.1. **The Value of Typologies for Designing Educational Approaches**

Typologies are conceptual tools that help organize and make sense of complex phenomena by identifying key dimensions along which variation occurs. Unlike taxonomies, which tend to categorize items hierarchically or linearly, typologies emphasize multidimensional differentiation. They are

particularly useful when a phenomenon cannot be meaningfully reduced to a single axis or continuum, but instead involves intersecting variables that produce different configurations or types.

According to Doty and Glick (1994), a typology is not simply a classification system but a theoretically grounded set of ideal types—each representing a logical combination of core dimensions. These types do not necessarily describe empirical realities as they exist, but provide conceptual models that help researchers and practitioners analyze, compare, and improve real-world cases. In educational research, typologies are frequently used to examine pedagogical approaches, institutional strategies, or student profiles in ways that capture complexity and variation across multiple axes (Knight & Trowler, 2000).

In the context of fake news literacy in HE, a typological approach is an approahc that offers a flexible yet structured way to address an important gap: how can we systematically align pedagogical exposure risk with the depth of fake news literacy integration in course design? As discussed in the previous section, different teaching methods carry different levels of exposure to non-curated or potentially misleading content. At the same time, literacy strategies may vary in intensity—from superficial mentions of misinformation to deep, embedded practices of source evaluation, critical reflection, and verification. A typology enables educators to map these two dimensions together, resulting in a grid or matrix where each «type» represents a pedagogical scenario for which specific implications and recommendations can be drawn. Moreover, by conceptualizing the relationship between teaching method and literacy strategy as relational rather than absolute, the typology supports a principle of pedagogical proportionality: the greater the exposure to open, uncontrolled information environments, the greater the need for structured and intentional literacy development.

3.2. **A Typology to Inform Teaching Strategies On Fake News Exposure**

The typology proposed in this paper is organized around two conceptual dimensions lesding to four distinct pedagogical types. Each axis represents a continuum grounded in teaching practice and curricular design:

Pedagogical Exposure Risk (Horizontal Axis): This axis represents the degree to which a pedagogical approach exposes students to uncurated, open, or potentially misleading information. It is based on the extent to

which learners interact with sources beyond instructor-controlled or institutionally approved materials. At the low-risk end, we find approaches where content is largely determined by the educator (e.g., lectures or guided readings), and where students are not required to engage with external sources. In the moderate range, students may explore semi-curated resources or engage with real-world content in structured ways (e.g., case-based learning or flipped classrooms). At the high-risk end, approaches such as project-based learning, inquiry-based learning, or service learning require students to independently seek out information. The exposure risk is not inherently negative; rather, it reflects the need for supportive literacy strategies to ensure that increased autonomy leads to informed engagement.

Fake News Literacy Integration (Vertical Axis): This axis captures the extent to which strategies for developing fake news literacy are integrated into the learning experience—ranging from minimal mention to full curricular embedding. Minimal integration involves superficial or occasional references to misinformation. Moderate integration includes discrete lessons, assignments, or workshops focused on fact-checking or source evaluation. High (or full) integration refers to comprehensive, programmatic inclusion of fake news literacy across the course structure—embedded in learning outcomes, classroom activities, assessment criteria, and feedback processes. High integration does not imply overloading a course with media literacy content but rather a strategic and proportional response to the demands of the pedagogy and context. In Figure 1 the graphical representation of the typoogy allows for further exploration.

The four areas defined by the quadrans of the typology are now explored in further details.

Quadrant 1 - Type I - Controlled (Low Exposure / Low Integration)

This quadrant is aligned with traditional lecture-based courses where information is largely transmitted from instructor to student using curated, pre-approved materials. These are tightly structured learning environments where instructors control the flow of content and students are not expected to engage with external or open information sources. Learning materials are predetermined, and assessments typically emphasize recall or closed-text interpretation. There is little to no potantial for engagement with fake news literacy, either as a skillset or pedagogical concern. However even in low-expo-

sure settings, educators can introduce brief literacy tasks—such as analyzing media claims or comparing source credibility—to initiate awareness.

Quadrant 2 - Type II Controlled Content (Low Exposure / High Integration)

Learning contexts in this quadrant use tightly curated content but embed substantial literacy development. This might occur in programs explicitly focused on media, communication, or education, where source evaluation is taught systematically, even with safe content. In this configuration, students remain in a controlled learning space but are encouraged to develop critical literacy through guided activities, reflective tasks, and source analysis exercises. Educators curate the content but also embed systematic instruction on misinformation awareness, media bias, or fact-checking. This environment is particularly suited to foundational courses, where students benefit from acquiring critical habits of thought without yet facing high-stakes exposure to unverified sources. It emphasizes cognitive preparation—observing and analyzing from a safe vantage point—before students move on to more complex, open-ended learning.

Quadrant 3 - Type III - Open Content (High Exposure / Low Integration)

This is the most pedagogically vulnerable context. Students engage in open-ended, student-led learning—such as independent projects, online collaboration, or field-based inquiry—but structured support in how to critically engage with diverse sources. They are expected to conduct research, synthesize diverse inputs, and make evaluative judgments, yet receive limited guidance in discerning credible sources from misleading ones. In such settings, the risk of misinformation uptake, uncritical reproduction of content, and shallow inquiry is significantly heightened. Without intentional scaffolding, the autonomy granted to learners may lead to epistemic uncertainty or flawed reasoning.

Quadrant 4 - Type IV - Open Content (High Exposure / High Integration)

This quadrant represents the most balanced and educationally rich environment. Students operate in open, inquiry-driven contexts but are equipped with well-integrated literacy strategies. Critical evaluation, verification, and reflective analysis are built into the curriculum, assessment frameworks, and learning outcomes. This context is characterized by high

student autonomy, real-world relevance, and strong digital resilience. This type aligns well with upper-level courses, capstone projects, or professional education. Requires sustained instructor involvement and assessment tools that reward analytical depth and source evaluation.

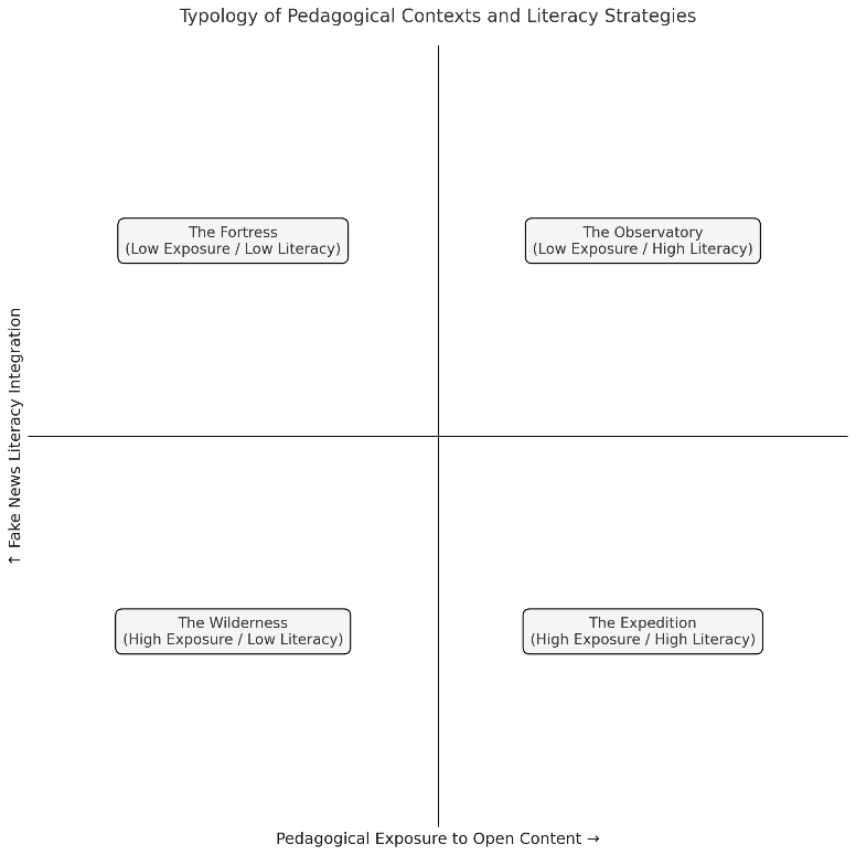


Figure 1: Typology to Inform Teaching Strategies On Fake News Exposure

4. Discussion and implications

The typology developed in this paper provides a structured lens for understanding the relationship between pedagogical approaches and the need for targeted literacy strategies to counter misinformation in HE. By distinguishing four learning environments—Fortress, Observatory, Wil-

derness, and Expedition—the model captures how variations in student autonomy and exposure to uncontrolled information environments create distinct pedagogical scenarios. This typology helps educators move beyond generic calls for «more media literacy» by offering a nuanced framework that encourages proportional and context-sensitive responses. It highlights that resilience to misinformation is not only about teaching new skills, but also about aligning those skills with the cognitive demands and information risks embedded in different teaching methods.

Table 1 – Characterization of the typology quadrants.

Quadrant	Name	Learning Environment
Type I	The Fortress Closed and protected	Instructor tightly controls the flow of information; minimal student autonomy or exposure; no real engagement with misinformation.
Type II	The Observatory Watching from a safe place	Controlled and structured, but learners are trained to analyze and reflect critically, even without engaging directly with open sources.
Type III	The Wilderness Uncharted and exposed	Students are exploring freely with minimal guidance; high exposure to uncontrolled content but lacking tools for critical navigation.
Type IV	The Expedition Guided exploration	Open, student-led environment with strong scaffolding; students explore widely but are equipped with critical thinking and literacy tools.

Building on this conceptual foundation, Table offered in the Annex offers an activity matrix that further enhances the practical value of the model. By mapping a wide range of literacy activities across the four typological contexts, the table provides actionable guidance for educators seeking to embed appropriate interventions into their courses. It demonstrates that even in low-exposure settings (e.g., the Fortress), small but intentional literacy exercises can contribute meaningfully to student awareness, while in high-exposure environments (e.g., the Expedition), more robust and integrated strategies are essential. This layered approach underscores the need for flexibility and adaptability in course design—recognizing that no single intervention fits all contexts, and that pedagogical choices must respond dynamically to the evolving risks posed by digital misinformation.

5. Conclusions

In an era defined by widespread information disorder, HE institutions must take a proactive role in preparing students to critically engage with the digital world. This paper proposes a typology to guide educators to align pedagogical approaches with appropriate levels of fake news literacy content. The model is structured around two core dimensions —exposure to uncontrolled information environments and the intentional development of literacy skills— and illustrated through four metaphorical learning contexts. The typology supports a more nuanced understanding of the relationship between teaching methods and digital risk. It offers a flexible yet structured lens through which to reflect on course design, particularly in contexts that encourage student autonomy and engagement with real-world information. In addition, the accompanying set of literacy tools and activities provides concrete options for implementing responsive and proportional strategies across diverse disciplinary settings. However, this work represents only a starting point. A key direction for further research involves the development of diagnostic tools and methods to assess a course or program's exposure to fake news. Such tools could include rubrics, survey instruments, or reflective frameworks to help educators position their teaching context within the typology. Ultimately, aligning pedagogy with digital literacy is not a one-time curricular adjustment, but an ongoing process of adaptation, reflection, and co-learning. This typology offers a conceptual scaffold for that process inviting educators to protect students from misinformation, but also to empower them as active, discerning participants in the knowledge society.

Acknowledgements

This work was financially supported by UID/04058 - Research Unit on Governance, Competitiveness and Public Policies, financed by national funds through FCT - Foundation for Science and Technology.

6. References

Baptista, J. P., & Gradim, A. (2020). Understanding fake news consumption: A review. *Social Sciences*, *9*(10), 185. https://doi.org/10.3390/socsci9100185

Breakstone, J., Smith, M., Wineburg, S., & Ortega, T. (2021). Students' civic online reasoning: A national portrait. Stanford History Education Group.

Caulfield, M. (2017). Web literacy for student fact-checkers and other people who care about facts. Pressbooks. https://webliteracy.pressbooks.com/

Cinelli, M., Pelicon, A., Mozetič, I., Quattrociocchi, W., Novak, P. K., & Zollo, F. (2021). Dynamics of online hate and misinformation. *Scientific reports*, *11*(1), 22083. https://doi.org/10.1038/s41598-021-01487-w

Dakovic, G., & Zhang, T. (2020). Student-centered learning from a European policy and practice perspective. In *The Routledge International Handbook of Student-Centered Learning and Teaching in Higher Education* (pp. 562-580). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429259371

Doty, D. H., & Glick, W. H. (1994). Typologies as a unique form of theory building: Toward improved understanding and modeling. *Academy of management review*, *19*(2), 230-251. https://doi.org/10.5465/amr.1994.9410210748

Franco, K., Ma, R., & Komoroske, L. M. (2021). Gamifying the news: Teaching critical thinking and digital literacy through misinformation scenarios. Teaching of Psychology, 48(4), 321-328. https://doi.org/10.1177/00986283211030222

Hobbs, R. (2019). Media Literacy Foundations. *The International Encyclopedia of Media Literacy*, 1-19. https://doi.org/10.1002/9781118978238.ieml0063

Kahne, J., & Bowyer, B. (2017). Educating for democracy in a partisan age: Confronting the challenges of motivated reasoning and misinformation. American Educational Research Journal, 54(1), 3-34. https://doi.org/10.3102/0002831216679817

Trowler, P., & Knight, P. T. (2000). Coming to know in higher education: Theorising faculty entry to new work contexts. *Higher education research & development*, *19*(1), 27-42. https://doi.org/10.1080/07294360050020453

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the «post-truth» era. Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6(4), 353-369. https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008

Lipkin, M. C., Culver, S. H., & Redmond, T. (2020). A snapshot: The state of media literacy education in the united states. In *Media literacy in a disruptive media environment* (pp. 23-35). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780367814762

Lo, C. K., & Hew, K. F. (2019). The impact of flipped classrooms on student achievement in higher education: A meta-analysis. Educational Research Review, 30, 100314. https://doi.org/10.1016/j.edurev.2020.100314

McGrew, S., Ortega, T., Breakstone, J., & Wineburg, S. (2018). Can students evaluate online sources? Learning from assessments of civic online reasoning. Theory & Research in Social Education, 46(2), 165-193. https://doi.org/10.1080/00933104.2017.1416320

Mihailidis, P., Foster, B., Burth, S., Ramasubramanian, S., Tully, M., & Johnson,

P. (2025). Centering relation in media literacy practice. *Journal of Media Literacy Education, 17*(1), 134-149. https://doi.org/10.23860/JMLE-2025-17-1-9

Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in the «post-fact» society. American Behavioral Scientist, 61(4), 441-454. https://doi.org/10.1177/0002764217701217

Nichols, T. P., & LeBlanc, R. J. (2021). Media education and the limits of «literacy»: Ecological orientations to performative platforms. *Curriculum inquiry*, *51*(4), 389-412. https://doi.org/10.1080/03626784.2020.1865104

Phippen, A., Bond, E., & Buck, E. (2021). Effective strategies for information literacy education: combatting 'fake news' and empowering critical thinking. In *Future Directions in Digital Information* (pp. 39-53). Chandos Publishing. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-822144-0.00003-3

Starkey, L. (2019). Three dimensions of student-centred education: a framework for policy and practice. *Critical Studies in Education*, *60*(3), 375-390. https://doi.org/10.1080/17508487.2017.1281829

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining «fake news»: A typology of scholarly definitions. Digital Journalism, 6(2), 137-153. https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146-1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe. https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html

Wineburg, S., & McGrew, S. (2019). Lateral reading: Reading less and learning more when evaluating digital information. Teachers College Record, 121(11), 1-40. https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3048994

Annex – Table / Pedagogical Tools

Type of Activity	Description / Purpose	Activity Format	Example Reference	Fortress	Observatory	Wilderness	Expedition
In-class Tutorial	Live demonstration using examples to show how misinformation can be identified.	Informative	Wineburg & McGrew, 2019	+	++		
Online Quiz	Short online quizzes to reinforce recognition of misleading claims or sources.	Informative	McGrew et al., 2018	+	++	+	+
Short Videos	Engaging videos explaining concepts like echo chambers, confirmation bias, or fake news spread.	Informative	Lewandowsky et al., 2017	+	++	+	+
Self-paced Course	Online modules that students can complete independently to build foundational literacy.	Semi-Structured	Breakstone et al., 2021		++	+	++
Fact-checking	Hands-on practice using multiple reliable sources.	Applied	Caulfield, 2017		+	++	+++
Source Comparison	Critical comparison of articles with contrasting reliability on the same topic.	Applied	Mihailidis & Viotty, 2017		+	++	+++
Group Debate on a Controversial Topic	Students debate real-world claims to develop critical reasoning and rebuttal skills.	Dialogical	Kahne & Bowyer, 2017		+	++	+++
Gamified Scenarios	Gamified simulations where students detect and respond to misinformation scenarios.	Simulative	Franco et al., 2021			++	+++
Peer Review of Online Sources	Peer-based evaluation of source credibility in collaborative assignments or research.	Collaborative	Breakstone et al., 2021		+	+	+++
Use of External Tools)	Practical application of browser tools or fact-checking services during research tasks.	Tool-Based	Wardle & Derakhshan, 2017	+	++	+	++
News Article Annotation	Students annotate news articles to identify language cues, bias, or lack of evidence.	Hands-on Practice	McGrew et al., 2018	+	++	++	+++
Collaborative Source Database	Students contribute credible sources to a shared course resource, practicing justification and verification.	Collaborative Task	Wineburg & McGrew, 2019	+	++	++	+++

DEL PAISAJE CONSTRUIDO AL PAISAJE NATURALISTA: MÉTODOS DE PINTURA AL NATURAL HASTA LLEGAR AL PLENAIRISMO

Alberto Biesok Forés
Amparo Galbis Juan
Universitat Politècnica de València, España

1. La aparición del paisaje como género pictórico

A lo largo del siglo XVIII en la pintura de paisaje europea surge una serie de manuales con métodos analíticos y creativos para poder tomar los apuntes del natural. Conviene, antes de analizar estos esfuerzos, intentar describir la génesis de la pintura de paisaje. La cultura paisajística ya surge en China a lo largo del primer milenio después de Cristo (Roger, 2007), lo cual antecede a la cultura occidental en prácticamente mil años. Maderuelo califica la aparición del paisaje como un «lento proceso» (2020) llevado a cabo en Europa, según sus investigaciones a inicios del siglo XVI, particularmente en los Países Bajos, aunque esta datación no está exenta de polémica. El mismo autor comparte palabras de un diario de Alberto Durero (1471-1528) como contradicción: «El domingo anterior a la Semana Santa, el señor Joachim, el buen pintor de paisajes, me invitó a su boda y me ofreció todos los honores» (2020, p. 26). En cualquier caso, en el siglo XVI, al menos en Centroeuropa y en el norte de Italia ya se trabaja el género paisajístico. Annibale Carracci (1560-1609) destaca en esa transición finisecular por su decoración del *Palacio Farnesio* (1597 a 1604), donde un nuevo tipo de representación de la naturaleza dará origen al paisaje «ideal» (Loire *et al.*, 2011, p. 15). Los paisajes ideales de Carracci, aún muy dibujísticos dada su pertenencia a la escuela boloñesa, pero con influencias manieristas, flamencas y venecianas, conjugan ora paisajes de género inspirados en la vida cotidiana, ora escenas de la Antigüedad clásica, o santos de la fe católica. Trabajos de mayor

inspiración naturalista obedecen a temas más cercanos: *La pesca,* así como también *La caza* (ambos en el *Museo del Louvre*). Los frescos realizados para las bóvedas de la *Galería Farnesio* tienen como fondos la naturaleza, pero no pueden considerarse paisajes tal y como el género será reconocido posteriormente. Otro talento de este periodo y país, formado con Carracci, es el pintor llamado Domenichino (1581-1641) «muy hábil a la hora de representar paisajes y vistas, con una elección apropiada de los lugares, que dibujaba y pintaba con genio consumado» (Bellori, citado en Loire *et al.*, 2011, p. 21). Este autor aún responde a cánones no plenamente barrocos, y la influencia de su maestro es clara. Paul Bril (1554-1626), flamenco, es considerado en su propio país, así como en Italia (desde 1582), el aglutinador del manierismo flamenco del siglo XVI y el paisaje clásico idealizado del *seicento.* Ya a inicios del siglo XVII, el marqués Vincenzo Giustiniani (1564-1637) considera que el estilo paisajista ha de conjugar la pintura imaginativa y culta del manierismo, junto «a la manera y según el ejemplo del natural» (Giustiniani, citado en Loire *et al.,* 2011, p. 31). Podemos observar cómo los coleccionistas y entendidos, al menos en el ámbito italiano (también aplicable a los Países Bajos) consideran que los paisajes construidos —con apoyo en los bocetos del natural— son el camino hacia la perfección estilística. En este sentido, Bril pintará tanto frescos como cuadros de caballete, de pequeño formato (muy apreciados por los coleccionistas coetáneos), así como óleos de mayor tamaño, más ambiciosos. La idealización construida seguirá siendo la tónica dominante, si bien podemos apreciar una representación más naturalista, con un sentido parecido al topográfico que ya se apreciaba en los alemanes Durero o Altdorfer. Al idealismo clasicista se sumará el naturalismo holandés de Jan Van Goyen (1596-1656) o Meindert Hobbema (1638-1709). Éstos coexistirán a destiempo con las vistas topográficas posteriores de Bernardo Belloto (1721-1780) o Giovanni Antonio Canal conocido como *Canaletto* (1697-1768).

1.1. **El paisaje clasicista construido**

El paisaje clasicista del siglo XVII se desarrolla durante un período muy concreto: de la muerte de Carracci en 1600 al fallecimiento de Nicolás Poussin en 1665 (Calvo Serraller *et al.*, 1993, p. 145). Este periodo de esplendor, que tiene como escenario Roma, concita una serie de puntos de conversión. La evolución de este periodo en la pintura de paisaje, confor-

mará el desarrollo que afecta a movimientos artísticos tan diferentes como el Romanticismo o el Rococó. De esta forma, dado que durante los siglos XVII y XVIII tanto en Italia como en España el paisaje ocupaba aún un lugar secundario, su reconocimiento es algo más lento y tardío en estos países. No obstante lo cual, su esplendor se dió especialmente en Roma, capital del arte en la Europa de dicha época, aunque los que dominan el género son pintores extranjeros. Destacan los ya mencionados Claudio de Lorena (nacido Claude Gellée) y Nicolás Poussin, pero también Gaspar Dughet (1615-1675) apenas una década posterior a los dos anteriores. Si en el caso de Lorena aparece algo nuevo en la temática del género —la ruina—, Poussin intenta recrear la arquitectura del mundo antiguo en una idealizada edad de oro. En este último aspecto, destaca *Paisaje con las cenizas de Foción*, (figura 1) de 1648, pintado al óleo sobre lienzo por Poussin. Lorena, por el contrario, será conocido más bien por pintar magistralmente la luz y las atmósferas. Si bien en ambos casos, lo pastoril (definido como aquello que debe ser pintado como debería ser, no como es) es la máxima que se persigue. En este punto, entra en juego la evolución aportada por Dughet, cuñado de Poussin. Si bien en sus inicios seguirá las fórmulas de marcada rigidez geométrica de los pintores nórdicos o de Claudio de Lorena, con el tiempo se especializa en los paisajes de la campiña romana, especialmente aquellos más agrestes y rocosos.



Figura 1. Nicolás Poussin. Paisaje con las cenizas de Foción. 1648. Óleo sobre lienzo. 116,5 x 178,5 cm.

Conviene tener en cuenta que el método para construir estos paisajes se basaba en varios conocimientos metodológicos disponibles en aquel momento. En primer lugar, los pintores debían conocer perfectamente la perspectiva artificial, especialmente la cónica frontal y la oblicua. Esto ha continuado siendo así hasta nuestros días, si bien desde los años setenta del siglo XX, la popularización transversal de la fotografía, así como el abaratamiento de los costos de reproducción de las imágenes e incluso las máquinas de proyectar, han conllevado un abandono generalizado de este conocimiento en el ámbito de la pintura. En segundo lugar, el dominio del dibujo, en el aspecto de las proporciones y claroscuro, también debía ser amplio. En tercer lugar, los pintores de paisajes clasicistas (idealizados), aún lejos de un naturalismo plenairista, debían de conocer y manejar los colores disponibles en su momento (muy limitados, en comparación a la revolución que vivirá la química inorgánica a partir del siglo XIX). Por último, tenemos constancia de equipos que servían para poder proyectar el dibujo de una imagen vista, tal y como es el Perspectógrafo de Mario Bettini (1642). Dicho instrumento funciona a modo de pantógrafo y servía para alinear perspectivas (Gómez Molina *et al.*, 2002, p. 240). Si bien la mayor parte de estas herramientas de dibujo se usarán más adelante, cuando los vedutistas como Canaletto o Belloto creen sus paisajes topográficos. De estos diferentes aspectos, los cuales podemos considerar análogos a los que actualmente afrontan los pintores en sus talleres, interesa especialmente el boceto realizado del natural, ya que este será el método que irá ganando terreno paulatinamente y llevará a la pintura a ejecutarse en su totalidad al aire libre.

1.2. **Los bocetos como recurso para abordar el cuadro de taller**

Al menos desde el siglo XVII algunos pintores abogan por tomar apuntes del natural. Las obras de los más ilustres de aquella época han llegado a nosotros, de modo que podemos observar qué método utilizaban. Tal como se muestra en la figura 2, Claudio de Lorena estudia la naturaleza de forma descriptiva y con una intención naturalista alejada del esquematismo prerenacentista, para posteriormente generar un catálogo surtido que sirve al maestro para construir el paisaje definitivo, ya en el taller. El *British Museum* lo cataloga como «dibujo» y no como «boceto», otorgándole un estatus artístico superior al del mero trabajo preparatorio. Su análisis y mímesis minucioso del referente sugieren que posiblemente sirva como estudio para ser integrado

en una composición pictórica. El paisaje construido del siglo XVII se basaba en estudios pormenorizados con claras intenciones naturalistas, aunque conviene no olvidar que en aquel momento todavía es considerado como un género menor. La posterior y estricta clasificación de Batteux, subordinando el paisaje a un escalafón inferior, contribuye a que la naturaleza aún sea representada de forma idealizada y casi siempre como fondo para los retratos.



Figura 2. Claudio de Lorena. Palmera;
Paisaje con dos figuras sentadas bajo un árbol en una ladera,
otros árboles al fondo. Alrededor de 1650.
Tiza negra con lavados de sepia y gris sobre papel. 21,8 x 17 cm.

En líneas generales, durante el periodo barroco habrá una polarización de tendencias: la realista y la clasicista (Maderuelo, 2021, p. 103). Este pulso se considera un enfrentamiento entre «antiguos y modernos» (Prada Pérez de Azpeitia, 2007, p. 114). El detalle realista de los paisajes nórdicos de Jacob van Ruisdael (1628-1682) frente al idealismo clasicista de Poussin

y Lorena, continuará —en mayor o menor grado— a lo largo de los dos próximos siglos. Para superar este paradigma renacentista que considera el paisaje como un horizonte —un fondo teatralizado donde en primer plano sucede aquello que interesa al espectador—, habrá que esperar hasta el Romanticismo para poder traer estos fondos a un primer plano. De esta manera, desde el realismo francés se otorgará centralidad y protagonismo total al paisaje como sujeto.

2. Lo pintoresco en Gran Bretaña: Gilpin y Cozens

Desde mediados del siglo XVII en Inglaterra se comienza a institucionalizar que jóvenes herederos de ricas familias, antes de ocuparse de la administración de sus tierras y la vida política, concluyesen su formación con la realización de viajes fuera de sus fronteras para obtener conocimientos complementarios. El destino habitual solía ser Italia (Gilpin, p. 21). Este viaje se dio a conocer como *Grand Tour* y de él surgió el término pintoresco, al traducir la palabra original *Pittoresco*. En la Venecia de Giorgione y Tiziano visitada por los viajeros ingleses, era el término con que se describían las pinturas que iban más allá de la mímesis. Esta nueva categoría, junto a la conceptualización de la belleza y de la categoría de lo sublime, permiten entrever una nueva idea de las «bellas artes» que se aleja de lo imitativo y se abre a las apariencias subjetivas. Los fundamentos de la estética como nueva disciplina filosófica se establecen en Alemania en *Reflexiones filosóficas en torno al poema,* en 1735, de la mano de Adolph Gottlieb Baumgarten (1714-1762). Hegel y Kant generarán el *corpus* de la teoría de la sensibilidad a *posteriori*. Esta se convierte en una suerte de teología profana, que intenta entender y dar aprobación al conocimiento sensible de la belleza. El irlandés Edmund Burke (1729-1797), publica en 1757 *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y de lo bello*. Con clara intención fundacional, esta obra desgrana la base empírica de la experiencia estética, creando una «lógica del gusto» (2023).

> Todo lo que de alguna manera está capacitado para suscitar ideas de dolor y peligro, es decir, todo lo que es en cierto modo terrible, o está relacionado con objetos terribles, o actúa de una manera análoga al terror, es una fuente de lo sublime; esto es, produce la más fuerte emoción que la mente es capaz de sentir. (Burke, 2023, p. 211)

En oposición a esa concepción, el sacerdote, escritor, maestro de escuela y grabador británico, William Gilpin (1724-1804), sostiene que lo áspero, como cualidad de las superficies, y lo rugoso, como cualidad de la forma, son un punto de partida para definir lo pintoresco (Maderuelo, citado en Gilpin, 2004, p. 7). En *Tres ensayos sobre la belleza pintoresca*, (publicado originariamente en 1792) desarrolla su particular sentido de la palabra pintoresco, donde su opuesto es la belleza lisa, superficial; no lo sublime, que es la impresión que producen los fuertes contrastes, lo excesivo y lo imprevisible, pero no lo irregular (Prada Pérez de Azpeitia, 2007). En la actualidad, lo pintoresco se define como estrafalario o chocante, y se tiende a usar con relación al paisaje (entendido como territorio), pero también en situaciones inesperadas. Burke afirma que el gusto estético es definido como «lo suave» (intrínseco a la belleza), mientras Gilpin entiende que lo pintoresco le suma belleza: los paisajes ya son bellos en sí mismos, pero ha de añadírseles algo que los quiebre para hacerlos pintorescos, atractivos al ojo. Lo irregular, buscando siempre el equilibrio compositivo, comenzó a cautivar a estos pintores del siglo XVIII. El método planteado por Gilpin plantea cuestiones interesantes. En el ensayo número III *Sobre el arte de abocetar paisajes* tenemos la descripción del procedimiento para realizar los bocetos del viajero pintoresco. «Cuando tomáis vistas de la naturaleza, podéis hacerlo tanto con la intención de fijarlas en vuestra propia memoria como de transmitir, hasta cierto punto, vuestras ideas a los demás» (2004, p. 100). La descripción minuciosa de las herramientas y el sentido de cada pauta del método constituyen un ejemplo de apertura hacia un público cultivado, pero no profesional de la pintura.

El método contenido en el ensayo procura la distinción entre el boceto imaginario y vistas de la naturaleza (de este último es del cual parte Gilpin). El primero es aquel que se ejecuta desde la memoria (realizado habitualmente por los grandes maestros), y el segundo —llamado casi desde el principio como el «boceto original»— es realizado al aire libre, delante de un paisaje que pueda ser considerado pintoresco. El escrito contiene también unas pormenorizadas recomendaciones sobre cómo usar la perspectiva. La última parte del ensayo anima al hombre ocupado (el viajero que realiza el *Grand Tour* pintoresco) a disfrutar dibujando paisajes del natural. Desde un inicio se hace una clara distinción entre los bocetos imaginarios y los bocetos originales y el autor declara el enorme valor de los primeros, dado que son siempre las ideas primarias y

más fuertes. Para los legos propone los bocetos originales como herramienta fundamental para el viajero pintoresco. En primer lugar, deben ser ejecutados sobre papel y conviene tener en cuenta la escala de lo dibujado. En caso necesario, dado el tamaño de la escena tomada como referente se usarán dos hojas de papel. El lápiz de plomo es la herramienta recomendada por su gran versatilidad y la posibilidad de corregir los trazos. Se debe fijar primero las formas generales para luego recrearse en los rasgos característicos. También invita a escribir referencias (palabras, frases) para no «confundir las distancias», es decir, lo lejano de lo cercano. En el caso de los bocetos adornados —elaborados o para cuadros— Gilpin señala diferencias notables respecto a los bocetos originales, advirtiendo sobre la inconveniencia de trabajar sobre este, dado que posteriormente puede servir de ayuda a nuestra memoria. También recomienda asistir a la naturaleza de forma limitada en aquello que no funcione de manera equilibrada en el referente. Lo pintoresco busca aquello que resulta llamativo e inusual, pero equilibrado a la vista. Se basa en aquello que la tradición pictórica considera agradable. Gilpin considera que el primer plano se puede disponer al gusto de cada uno e insistir en él, una vez se ha fijado toda la composición de forma general. Con tinta china, bistre o tierra sombra tostada, se pueden dar aguadas para conseguir el efecto sombreado y dar profundidad. Pero se debe respetar la iluminación natural. En su ausencia, recomienda añadir una o dos figuras a la composición: personas, edificios, etc. Las formas generales de árboles deben ser reforzadas, marcando la diferencia si son frondosos o de ramificación dispersa. Una vez terminado el dibujo y el claroscuro a pincel, se puede tintar el papel. La recomendación es realizarlo a *posteriori*, para posibilitar la corrección en caso necesario. Respecto a la perspectiva, en general las reglas sirven para poco. Sí se debe obtener en primera instancia la línea de horizonte, especialmente si el paisaje conlleva edificios. Estos y sus componentes no orgánicos se trazan hacia el punto de fuga, conociendo y respetando los principios de la perspectiva, aunque aboga «por llevar el compás dentro del ojo». Esto se interpreta como una cierta flexibilidad para evitar el envaramiento. Pero si una construcción regular es la parte principal de la composición, se han de aplicar las reglas de la perspectiva con la máxima fidelidad posible. En general las consideraciones son que el boceto pintoresco no debe pretender atender con mucha fidelidad el referente, sino buscar las ideas generales y no las peculiaridades. Finalmente, Gilpin recomienda tener objetivos humildes y no intentar ir más allá del boceto adornado.

Un acercamiento análogo a la naturaleza tiene el inglés Alexander Cozens (1717-1786). Su hijo John Robert Cozens (1752-1797) destacó como acuarelista, recibiendo incluso el reconocimiento del romántico John Constable (1776-1837). Cozens padre, como docente, destaca en su labor en la *Escuela Eton*, redactando varios manuales con sistemas de dibujo. Su obra más popular fue *A New Method of Assiting the Invention in Drawing Original Compositions of Landscape* (1785), donde aboga por realizar esbozos a pincel, partiendo de un supuesto análogo al gilpiniano, pero con un método radicalmente diferente (Llorens Moreno, 2023, p. 90). El manual publicado en 1785 fue una versión extendida de un primigenio ensayo de tan sólo dos páginas, del año 1759 (Cramer, 1997, p. 2). Este breve tratado consta tan sólo de 33 páginas en que explica y justifica mediante una serie de reglas el método para realizar apuntes del natural. En la primera parte Cozens se considera un continuador de las ideas de Da Vinci, buscando en su entorno la realidad. La segunda parte, continúa con 43 grabados donde se muestra cómo generar manchas con tinta y pincel (de marcado aspecto orientalizante). Algunos términos con que justifica su uso son: «sugerente, instantáneo, accidental o casual». Esta adjetivación muestra que el trabajo de pincel, al contrario que en Gilpin, permite una mayor inmediatez, frescura y no hay lugar para la corrección. Véase como ejemplo la figura 3. El método de trabajo comportaba la lógica observación y pintura del natural (Cassidy, 2011). La mancha como sustitución de la línea capta, con velocidad e inmediatez, la naturaleza. La observación frente al referente natural como una primera impresión, es clave. «Dibujar sirve para esbozar ideas, las manchas sirven para sugerirlas» (Cozens, 1785, p. 9). El argumento supone que la mancha facilita el dibujo porque conduce a la «adquisición de una teoría», dado que garantizaba una suerte de preparación mental. Esta, no era otra cosa que «el arte de ver adecuadamente», es decir, el arte de ver según el arte. En este punto se hace evidente que el lugar teórico del que parte Cozens es análogo al de Gilpin, reflejando lo pintoresco como marco conceptual.

La técnica del manchado a pincel permitía la contemplación del paisaje a la manera de los pintores: un modo educado y racional de elegir, interpretar y organizar los rasgos característicos del lugar. Siempre con la idea de crear una escena armónica, agradable, significativa y evocadora. La mancha suministra un «esquema» o «un punto de partida» al realizarse, que permite traducir rápidamente las cambiantes formas de la naturaleza (Llorens Moreno, 2023,

p. 107). Una lectura actual sobre método de este autor lo situaría como un fenómeno adelantado a su tiempo. Pero se ha de tener en cuenta que la visión pintoresca jerarquiza la construcción de las imágenes a la idea de selección para la imitación de los principios generales de la naturaleza. «Componer paisajes por invención, no es el arte de imitar la naturaleza individual; es más; es formar la representación artificial del paisaje sobre los principios generales de la naturaleza, fundados en la unidad de carácter, que es la verdadera simplicidad» (Cozens, 1785, p. 2). La unidad dentro de la simplicidad se basa en la herencia de la Antigüedad Clásica que el Renacimiento retomó: la armonía. Siguiendo un precepto arraigado en la literatura artística clásica, el pintor distingue entre la imitación de la naturaleza individual —considerada mecánica y sin juicio— frente a la invención de un tema ideal que comportaba una labor educada de «selección» y abstracción para dar con los «principios generales de la naturaleza» y crear finalmente una «representación artificial del paisaje». Dichos principios se fundaban en las ideas de unidad y simplicidad: dos conceptos centrales en la teoría de la pintura que habían heredado una doble dimensión estética y ontológica de la cultura de la Antigüedad. Por un lado, servían para definir el *logos*, el orden o razón internos de la naturaleza en su infinita diversidad. Y por otro, se empleaban para identificar las cualidades ideales de la forma artística —simple y armónica—, como espejo del orden inteligible de naturaleza (Llorens Moreno, 2023).



Figura 3. Alexander Cozens. *Blot drawing*.
Entre 1750-1786. Pluma y tinta sobre papel 18,41 x 22,86 cm.

3. Ruptura neoclásica: valenciennes

Ya en 1708, Roger de Piles publica *Du paysage,* donde se afirma que la belleza en la naturaleza se encuentra siempre que esta se parezca al arte (Radisich, 1982). Rompe esa estela idealizadora, Pierre-Henri de Valenciennes (1750-1819), pintor francés con una obra neoclásica dentro de la tradición del paisaje construido, pero con un profundo conocimiento de la pintura realizada del natural. Será considerado el gran referente del subgénero llamado «paisaje histórico». Formado en la *Real Academia de Toulose*, guardaba una íntima amistad con Jacques-Louis David (1748-1825). Fue docente en la *Academia de Pintura de París*, y también a partir de 1795 en la *Escuela Politécnica* de la misma ciudad. En 1799 publica *Elementos de la Perspectiva Práctica para artistas, seguido de: Reflexiones y consejos a un estudiante sobre la pintura y en particular sobre el género del Paisaje.* Este extensísimo tratado de perspectiva que incluye el subtítulo de «Reflexiones y consejos…» donde se incluyen varios capítulos que tratan sobre la relación entre perspectiva atmosférica, los colores, la luz (capítulo IX), o los jardines antiguos, ingleses o franceses (capítulo XII). Veamos la descripción que hace, a modo ejemplo, del subcapítulo «Del cielo»:

> El cielo es esa parte esférica aparente, esa órbita celeste y diáfana de un azul más o menos oscuro, inmensa en su dimensión, inconmensurable en su extensión, que rodea nuestro globo. Es en este espacio donde nadan los planetas y todos los cuerpos luminosos del universo. Esta bóveda celeste, de un bello color azur, tan suave, tan uniforme y serena, no es más que un vapor retenido y ligero, que, por su lejanía, parece de este agradable color. Su tenuidad se manifiesta a través de los planetas y de las estrellas luminosas, que el ojo truncado cree situar sobre un fondo azul celeste (Valenciennes, 1799, p. 257).

Los pasajes donde se describen diferentes elementos de la naturaleza tienen un marcado carácter poético de adjetivación profusa. No obstante, las descripciones, clasificación y valoraciones realizadas por Valenciennes compilan todo el saber artístico de la época. La clara diferencia del método en la perspectiva y la riqueza valorativa sobre la pintura y el paisaje generan un método dispar al de Cozens y Gilpin. El del autor francés tiene como público a su alumnado académico, mientras el de los británicos es más amplio y tiene un trasfondo burgués. Pese a las diferencias, en número de páginas y propuesta metodológica, los tres comparten el acercamiento a la

naturaleza para poder captarla. El aporte de Valenciennes es significativo dado que promueve una pintura que parte del conocimiento exhaustivo de la perspectiva, pero busca conocer en mayor medida los fenómenos físicos que se dan en la naturaleza. Dada la extensísima práctica del natural desde su viaje a Italia en la década de 1780, cabe destacar la importancia que tuvo su obra para las posteriores generaciones de pintores franceses decimonónicos.



Figura 5. Pierre-Henri de Valenciennes. *Villa de Nemi*. Hacia 1782/1784. Óleo sobre papel encolado a cartón 24,4 x 31,9 cm.

Como ejemplo del trabajo del natural podemos observar la figura 5, realizado con cierta frescura y libertad compositiva. Sobresale el pino como elemento de equilibrio y referencia visual, generando por traslapo la sensación de profundidad. Respetando la perspectiva atmosférica, el uso de tonos agrisados sitúa el promontorio de la ciudad en segundo plano. En último término, y en tonos aún más claros, se sitúa el macizo montañoso. El traslapo de planos, la perspectiva atmosférica mediante colores quebrados dentro de una gama agrisada, y la escala de los elementos, crean una imagen que podríamos calificar como «contemporánea». Frente al marcado aspecto idealizado y moralizante de las pinturas construidas, este tipo de trabajos respiran un aire naturalista evidente. Por ello se puede considerar que estos apuntes anteceden claramente la *Escuela Realista de Barbizon* del siglo XIX.

4. Conclusiones

Los diferentes métodos para abocetar del natural desarrollados en los manuales de los tres autores en que se basa el presente estudio tienen en común como idea central la necesidad de realizar sus trabajos del natural, para poder captar y entender aquello que la naturaleza otorga. Si bien difieren totalmente en sus procedimientos, abogando por técnicas bien diferentes. En los casos de William Gilpin y Alexander Cozens es posible observar que ambos se sitúan claramente en la tradición británica, la cual había arraigado fuertemente el uso de técnicas más «ligeras», como el dibujo y la acuarela. El francés y académico Valenciennes profundiza en la tradición de su país, inclinada hacia la pintura al óleo representativa. Pese a estas diferencias, debidas a las biografías y filiaciones de sus autores, existen claros puntos en común. Además de la actitud de búsqueda en la naturaleza para la captación de las escenas (siempre bajo una marcada subordinación hacia la armonía), existe una conciencia clara del valor funcional que se reconoce a los bocetos. Esto se hace evidente no sólo por el contenido de los escritos, sino por el esmero en la conservación de las obras por parte de los propios autores. Son conscientes del valor de los sentidos, por lo cual la estética, en su vertiente artística, ya no tendrá vuelta atrás. Aunque algunos movimientos o escuelas posteriores no estarán alejados del paisaje construido e idealizado (como sucede en muchos de los paisajes románticos, así como algunos autores de la *Escuela del Río Hudson*), a finales del siglo XVIII casos como Gilpin, Cozens o Valenciennes buscan claramente su inspiración en la naturaleza circundante y no en un pasado mítico.

5. Referencias

Burke, E. (2023). *Indagación filosófica sobre el origen de nuestras ideas acerca de lo sublime y lo bello* (C. Fernández-Jáuregui Rojas, Ed.; 3ª ed.). Alianza.

Calvo Serraller, F., *et al.* (1993). *Los Paisajes del Prado*. Editorial Nerea.

Cassidy, B. (2011). Alexander Cozens and the patronage of the Grant family: With a recipe for varnish and a treatise on landscape. *The British Art Journal*, *12*(3), 32-41.

Cozens, A. (1785). *A new method of assisting the invention in drawing original compositions of landscape*.

Cramer, C. A. (1997). Alexander Cozen's «New Method»: The Blot and General Nature. *The Art Bulletin (New York, N.Y.)*, *79*(1), 112.

Gilpin, W. (2004). *Tres ensayos sobre la belleza pintoresca* (J. Maderuelo, Ed.) Abada.

Gómez Molina, J. J., *et al.* (2002). *Máquinas y herramientas de dibujo* (J. J. Gómez Molina, Ed.; 1ª). Cátedra Ediciones.

Llorens Moreno, N. (2023). Nothing but light and dark masses: Alexander Cozens y el dibujo de paisajes. *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, *35*, 89-113.

Loire, S., *et al.* (2011). *Roma. Naturaleza e ideal. Paisajes 1600-1650* (1ª). Museo Nacional del Prado.

Maderuelo, J. (2020). *El espectáculo del mundo: una historia cultural del paisaje*. Abada.

— (2021). *Jacob van Ruisdael: el paisaje holandés*. Abada.

Prada Pérez de Azpeitia, M. de. (2007). Notas sobre la irregularidad. Reconsideración de lo pintoresco. *Cuaderno Notas*, *11*, 113-132.

Radisich, P. R. (1982). Eigteenth-Century Plein-Air Painting and the Sketsches of Pierre Henri de Valenciennes. *The Art Bulletin (New York, N.Y.)*, *64*(1), 98-104.

Roger, A. (2007). *Breve tratado del paisaje*. Biblioteca Nueva.

SOLIDARIDAD: ESTADO DEL BIENESTAR VERSUS INICIATIVAS PRIVADAS

Profesor Dr. Carlos Campo Sánchez
Centro de Enseñanza Superior Escuni
ccampo@escuni.es

1. Introducción

El análisis de la solidaridad, como objeto de estudio sociológico y económico, revela las tensiones y complementariedades entre las estructuras formales de protección social, encarnadas fundamentalmente en el Estado del Bienestar, y las expresiones más fluidas y directas de ayuda mutua que emanan de la sociedad civil y las iniciativas privadas. La cuestión de cuál de estos modelos resulta más «eficaz» para satisfacer las necesidades sociales y responder a las crisis es un debate habitual, que se actualiza por acontecimientos como los desastres naturales, las pandemias o una creciente desafección ciudadana hacia las instituciones tradicionales.

Estamos ante una realidad compleja. Por un lado, el Estado del Bienestar, fruto de prolongadas historias de luchas sociales y consensos políticos, aspira a garantizar derechos sociales universales y a mitigar las desigualdades mediante políticas públicas estructuradas. La política social institucionalizada busca asegurar que las necesidades sean atendidas como una condición normal en la sociedad industrial. Por otro lado, las iniciativas privadas, que abarcan desde la ayuda individual directa hasta la acción organizada del tercer sector y los movimientos sociales, se caracterizan por su flexibilidad, su capacidad de innovación y su potencial para generar lazos comunitarios fuertes.

El objetivo principal de esta reflexión es analizar comparativamente la lógica, el alcance y las limitaciones del Estado del Bienestar y de las iniciativas privadas como vehículos de solidaridad. Se explorarán sus fundamentos

teóricos, sus manifestaciones empíricas, teniendo en cuenta la respuesta ciudadana ante desastres climáticos como la DANA que afectó a localidades de la Comunidad Valenciana el 29 de octubre del 2024 y a la emergencia de discursos y prácticas que apelan a la autoorganización popular como la que se da bajo el eslogan de *solo el pueblo salva al pueblo*.

Lo que aquí defiendo es que la disyuntiva Estado versus iniciativas privadas es, en muchos casos, un falso dilema, y que la clave reside en comprender sus interdependencias y en fomentar modelos de gobernanza colaborativa que potencien las fortalezas de cada esfera.

Para ello, la ponencia se estructura en tres secciones principales. En la primera, se analizará el Estado del Bienestar como garante de la solidaridad estructural, detallando sus fundamentos, fortalezas y los desafíos a los que se enfrenta. La segunda sección se centrará en las iniciativas privadas y la solidaridad ciudadana, explorando su diversidad, contribuciones y riesgos inherentes, incluyendo la posible emergencia de comportamientos oportunistas. Finalmente, la tercera sección abordará la tensa coexistencia entre ambos modelos, discutiendo si operan en competencia o si pueden articularse de manera complementaria, para concluir con una reflexión sobre la necesidad de avanzar hacia un paradigma de solidaridad más integrado y resiliente.

2. El estado del bienestar como garante de la solidaridad estructural

2.1. Fundamentos teóricos y evolución histórica

El Estado del Bienestar representa el intento más ambicioso de institucionalizar la solidaridad a gran escala, transformando la caridad y la asistencia discrecional en derechos sociales y responsabilidades públicas. Su desarrollo, especialmente en la Europa de la segunda posguerra, marcó un hito en la protección de los ciudadanos frente a los riesgos sociales y las vicisitudes del mercado.

El concepto de Estado del Bienestar se asienta sobre principios ético-políticos que buscan conciliar el desarrollo económico con la justicia social. Autores como Rawls (1971) proporcionaron un andamiaje filosófico estable al argumentar que una sociedad justa debe garantizar un sistema de libertades básicas iguales para todos y que las desigualdades sociales y económicas deben redundar en el mayor beneficio de los menos aventajados. Desde una perspectiva sociológica, el Estado del Bienestar puede entenderse como un

mecanismo de integración social que modera los efectos potencialmente desestabilizadores del capitalismo.

Históricamente, su expansión se vincula a factores como la industrialización, la democratización, la fortaleza del movimiento obrero y la necesidad de reconstrucción y legitimación política tras las guerras mundiales. Los modelos concretos de Estado del Bienestar varían significativamente entre países (socialdemócrata, liberal, conservador-corporativista), pero comparten el objetivo común de proveer seguridad y bienestar a través de servicios públicos como la sanidad o la educación, sistemas de pensiones, prestaciones por desempleo y políticas de apoyo a las familias. El Estado ofrece un horizonte de universalidad, recursos significativos y marcos legales que son difícilmente replicables por actores no estatales.

2.2. **Fortalezas y potencialidades**

La principal fortaleza del Estado del Bienestar radica en su capacidad para la redistribución sistemática de recursos a gran escala, con el objetivo de reducir las desigualdades y garantizar un mínimo vital para todos los ciudadanos. Su vocación universalista (al menos en sus modelos más desarrollados) busca desmercantilizar ciertos bienes y servicios esenciales, asegurando el acceso con independencia de la capacidad de pago individual.

La sostenibilidad y la planificación a largo plazo son otras ventajas cruciales. A diferencia de las iniciativas privadas, que pueden ser volátiles o depender de la buena voluntad coyuntural, el Estado puede (o debería poder) planificar y financiar políticas sociales de manera estable, basándose en derechos legalmente establecidos. Esto proporciona una seguridad y previsibilidad fundamentales para la vida de las personas.

Además, el Estado del Bienestar opera dentro de marcos legales que, idealmente, protegen los derechos de los beneficiarios y establecen cauces para la rendición de cuentas. Su capacidad para movilizar recursos significativos a través del sistema impositivo es incomparable, permitiendo abordar problemas sociales complejos que exceden la capacidad de cualquier organización privada o comunitaria.

2.3. **Críticas y desafíos contemporáneos**

A pesar de sus logros innegables, el Estado del Bienestar enfrenta críticas y desafíos significativos en el siglo XXI. Una de las críticas más recurrentes se

refiere a la burocracia, rigidez y despersonalización en su funcionamiento. Los complejos entramados administrativos pueden generar lentitud en la respuesta, dificultades de acceso para los ciudadanos y una atención estandarizada que no siempre se adapta a las necesidades individuales.

Desde finales del siglo XX, las crisis fiscales, la globalización económica y la hegemonía de ideologías neoliberales han ejercido una enorme presión para la contención del gasto social y la privatización de servicios públicos. Esto ha llevado en muchos casos a recortes, a una mayor focalización de las ayudas (en detrimento de la universalidad) y a un cuestionamiento de la eficiencia del sector público. Mankiw (2016), por ejemplo, representa una corriente de pensamiento económico que a menudo prioriza la eficiencia del mercado sobre la intervención estatal.

El envejecimiento de la población, los cambios en las estructuras familiares y los nuevos patrones del mercado laboral (precariedad, flexibilidad) plantean también interrogantes sobre la capacidad de los modelos tradicionales de Estado del Bienestar para adaptarse a estas nuevas realidades sociales. Es fácil comprobar como la pobreza y la exclusión social persisten, como analiza Subirats (2005), lo que sugiere que los mecanismos existentes no son siempre suficientes o están adecuadamente diseñados e implementados.

Finalmente, la percepción de un posible *abandono institucional* o de una respuesta estatal insuficiente ante determinadas crisis o necesidades crónicas puede erosionar la legitimidad del Estado del Bienestar y alimentar la idea de que solo el pueblo salva al pueblo. Esta percepción, justificada o no, impulsa la búsqueda de alternativas en la esfera de la sociedad civil, no siempre como un complemento deseado, sino a veces como una necesidad imperiosa ante un vacío percibido. Este fenómeno nos introduce directamente en el análisis de las iniciativas privadas y la solidaridad ciudadana.

3. Iniciativas privadas y solidaridad ciudadana: el auge de la sociedad civil

3.1. Diversidad de actores y motivaciones

De forma paralela, y en ocasiones como respuesta a las limitaciones del Estado, florece un vasto y heterogéneo campo de iniciativas de solidaridad que emanan directamente de la sociedad civil. Estas van desde gestos individuales hasta complejas organizaciones del tercer sector y movimientos sociales con una clara vocación transformadora.

La ayuda individual directa es quizás la forma más elemental y espontánea de solidaridad. Se caracteriza por su «agilidad, flexibilidad y potencial de conexión personal». Las motivaciones pueden ser diversas: empatía, altruismo reciprocidad, o un sentido de comunidad (Singer, 2011), En situaciones de desastre, como la DANA que afectó a localidades de Valencia, esta solidaridad ciudadana emerge con fuerza, con individuos y grupos autoorganizados que acuden a prestar ayuda desinteresada.

Más allá de la acción individual, encontramos el tercer sector, compuesto por Organizaciones No Gubernamentales (ONGs), fundaciones, asociaciones de voluntariado y empresas de la economía social. Estos actores, como señalan Chaves y Monzón (2008) al analizar la economía social en la UE, desempeñan un papel crucial en la provisión de servicios, la defensa de derechos y la canalización de la participación ciudadana. Salamon y Anheier (1998) han explorado los orígenes sociales de la sociedad civil y el sector sin ánimo de lucro, destacando su importancia para la democracia y el bienestar.

Los movimientos sociales representan otra faceta clave. Como analiza Castells (2012) en relación con las «redes de indignación y esperanza», estos movimientos o mareas ciudadanas articulan el descontento y proponen alternativas, a menudo al margen de los canales institucionales. La consigna *solo el pueblo salva al pueblo* encapsula esta idea de autoorganización y empoderamiento colectivo frente a la inacción o la inadecuación de las respuestas estatales. Estos movimientos, como señala Calle (2003) «sobrepasan entonces las formas de acción tradicionales (obrero y nuevos movimientos sociales) para explorar otras (redes abiertas, foros sociales, llamadas a la acción, consultas sociales, desobediencia imaginativa y más cotidiana, etc.) más en consonancia con la apuesta por la radicalidad democrática.»

Las motivaciones detrás de estas iniciativas son complejas y variadas. En el estudio de Shaw y Nakagawa (2004), el capital social se presenta como un factor crucial para una recuperación más rápida y efectiva tras un desastre. Una comunidad con un alto capital social puede movilizar recursos, cooperar en la reconstrucción y adaptarse a las nuevas circunstancias con mayor facilidad. Por su parte, en la obra de Solnit (2009), *Un paraíso en el infierno*, se documenta cómo en situaciones de desastre emergen extraordinarias comunidades de ayuda mutua, desafiando a las adversidades. En dichos contextos emerge un cantidad inesperada de personas que están a la altura del desafío y, además, satisfechos y felices de su opción solidaria y sacrificada.

3.2. **Ventajas y contribuciones**

Las iniciativas privadas y ciudadanas aportan una serie de ventajas significativas al ecosistema de la solidaridad. Su flexibilidad e innovación les permiten a menudo responder con mayor rapidez y creatividad a necesidades emergentes o muy específicas, allí donde los protocolos estatales pueden resultar lentos o demasiado genéricos. La «agilidad» de la ayuda individual es un claro ejemplo.

Su capacidad para llegar a nichos no cubiertos por el Estado es otra contribución importante. Pueden detectar y atender a colectivos vulnerables que, por diversas razones (estigma, barreras administrativas, invisibilidad), quedan fuera del radar de los servicios públicos convencionales. En este sentido, complementan la acción estatal, llenando vacíos y ofreciendo un trato más personalizado.

Estas iniciativas son también cruciales para el fortalecimiento del tejido social y la participación ciudadana. Involucran a los ciudadanos en la solución de los problemas colectivos, fomentan el voluntariado, generan capital social y refuerzan los lazos comunitarios. Esta participación activa es, en sí misma, un valor democrático fundamental, como subraya Freire (1970) en su *Pedagogía del oprimido*, donde la toma de conciencia y la acción transformadora son indisociables.

Sin duda que uno de los elementos distintivos de la ayuda directa es la conexión personal y la empatía que se genera. A menudo este tipo de acciones solidarias implica un contacto directo entre el donante/voluntario y el receptor, lo que puede fomentar lazos de empatía, reducir la estigmatización y asegurar que la ayuda se perciba como más humana y menos anónima (Batson, 2011).

En contextos de crisis aguda, como desastres naturales, la respuesta rápida de la sociedad civil puede ser vital en las primeras horas o días, antes de que la maquinaria estatal se despliegue por completo. La experiencia de la DANA en Valencia ilustra cómo la solidaridad ciudadana se activa de forma casi inmediata para tareas como el rescate, la provisión de refugio o la distribución de bienes de primera necesidad.

3.3. **Limitaciones y riesgos**

A pesar de su indudable valor, las iniciativas privadas y la solidaridad ciudadana también presentan limitaciones y riesgos inherentes que no deben

obviarse. La primera y más evidente es su alcance limitado y su sostenibilidad incierta. Dependen en gran medida de la disponibilidad de recursos privados (donaciones, trabajo voluntario), que pueden ser fluctuantes e insuficientes para abordar problemas estructurales a gran escala. Esto puede generar una cobertura desigual e inequitativa de las necesidades.

El riesgo de fragmentación y particularismo es otra preocupación. La proliferación de iniciativas descoordinadas puede llevar a una duplicación de esfuerzos en algunas áreas y a la desatención de otras. Además, la ayuda puede estar sesgada por afinidades particulares (geográficas, ideológicas, religiosas), sin garantizar necesariamente que llegue a quienes más la necesitan según criterios objetivos de vulnerabilidad.

La dependencia de la financiación privada y la buena voluntad puede comprometer la autonomía de las organizaciones y, en algunos casos, llevar a una cierta «mercantilización» de la solidaridad, donde las causas más «atractivas» para los donantes reciben más atención. También existe el riesgo de una profesionalización excesiva que aleje a las organizaciones de sus bases comunitarias.

Más preocupante aún es la cara oscura que puede acompañar a la iniciativa privada en contextos de crisis: el oportunismo y la especulación. En el mismo escenario donde florece el altruismo, pueden surgir comportamientos oportunistas, como el incremento especulativo de precios en bienes y servicios esenciales. La DANA en Valencia mostró cómo la demanda disparada de vehículos (para reemplazar los dañados) pudo llevar a subidas de precios injustificadas, explotando la vulnerabilidad de los afectados. El precio de los coches de segunda mano subió en torno al 3 % ya en los primeros días tras el desastre. Los precios de los productos imprescindibles subieron hasta un 50 % (pan, agua embotellada, material y útiles de limpieza…)

Este tipo de iniciativa privada movida por el afán de lucro en detrimento del bienestar colectivo es la antítesis de la solidaridad. Pero no es acertado descartar de antemano comportamientos paradójicos. A modo de ejemplo. ¿Podría un mecánico que ofrece horas de voluntariado para diagnósticos básicos, luego cobrar tarifas sobreelevadas por reparaciones complejas que requieren piezas escasas? Sí. Las personas pueden operar con diferentes lógicas en diferentes roles o momentos. Un individuo puede ser altruista en su esfera personal y comunitaria, pero seguir una lógica de mercado en su actividad profesional. Esto no es necesariamente hipocresía, sino el reflejo de operar dentro de sistemas normativos y de incentivos distintos.

Finalmente, existe el peligro de que un énfasis excesivo en la capacidad de la sociedad civil para resolver problemas sirva como coartada para la retirada del Estado de sus responsabilidades fundamentales. Si bien la colaboración es deseable, la solidaridad ciudadana no puede ni debe sustituir las obligaciones del Estado en la garantía de derechos y la provisión de servicios públicos universales y de calidad.

4. La tensa coexistencia: ¿competencia o complementariedad?

La relación entre el Estado del Bienestar y las iniciativas privadas de solidaridad es compleja por su propia naturaleza, marcada por una tensión dinámica que oscila entre la competencia, la sustitución y la complementariedad. Comprender esta interacción es crucial para diseñar políticas sociales más eficaces y resilientes.

4.1. Análisis comparado de la eficacia

La «eficacia» no es un atributo absoluto de un modelo sobre otro. La idoneidad de la intervención estatal o de la iniciativa ciudadana depende en gran medida del contexto específico, la naturaleza de la necesidad a cubrir y los objetivos perseguidos.

En situaciones de emergencia aguda y localizada, como un desastre natural, la agilidad y flexibilidad de la ayuda individual y de las redes comunitarias pueden ser más eficaces en la respuesta inmediata (Solnit, 2020). Sin embargo, para la reconstrucción a largo plazo, la atención a necesidades estructurales (pobreza crónica, dependencia, acceso a la vivienda) y la garantía de derechos universales, la capacidad planificadora, los recursos y el marco legal del Estado son indispensables.

La ayuda individual directa, aunque valiosa por su conexión personal, presenta limitaciones en cuanto a alcance, sostenibilidad y equidad. Por su parte, la ayuda estructurada estatal, si bien ofrece una dimensión de universalidad, puede adolecer de burocracia, rigidez y despersonalización. La cuestión no es tanto cuál es mejor en abstracto, sino cómo optimizar cada una y cómo pueden articularse.

La consigna *solo el pueblo salva al pueblo* introduce una perspectiva más crítica sobre esta relación. No surge generalmente de una preferencia abstracta por la autoorganización, sino de una percepción de insuficiencia, fracaso o incluso abandono por parte de las instituciones estatales. En este

sentido, la acción colectiva popular se presenta no solo como un mecanismo de solidaridad, sino como una forma de resistencia y de construcción de poder alternativo (Fernández-Savater, 2020).

Desde la sociología, esta consigna invita a analizar los procesos de subjetivación política y de construcción de lo colectivo al margen o en contraposición a los marcos institucionales. Las «redes de indignación y esperanza» (Castells, 2012) o las «iniciativas vecinales durante la pandemia» (IGOP, 2021) son ejemplos de cómo la sociedad se organiza para llenar vacíos o para demandar un cambio en la actuación del Estado. Estas experiencias, como apunta Rendueles (2013) en su crítica a ciertas visiones de la utopía digital, deben ser analizadas en su complejidad, evitando tanto la idealización ingenua como el desdén elitista.

Esta perspectiva nos recuerda que la solidaridad ciudadana puede tener una dimensión política y contestataria que va más allá de la simple prestación de servicios o la ayuda asistencial. Puede ser una expresión de la búsqueda de una cultura política emancipatoria (Sousa Santos, 2006) y una interpelación directa al Estado para que cumpla con sus responsabilidades o redefina sus prioridades.

4.2. **El desafío de la coordinación y la gobernanza multinivel**

Ante este panorama, el principal desafío reside en cómo pasar de una posible competencia o sustitución desordenada a un modelo de coordinación efectiva y gobernanza multinivel que aproveche las fortalezas de todos los actores implicados. Esto implica reconocer que ni el Estado por sí solo, ni la sociedad civil por sí sola, pueden abordar la totalidad y complejidad de las necesidades sociales.

La gobernanza colaborativa o en red implica que el Estado no solo actúe como proveedor directo, sino también como facilitador, regulador y catalizador de la acción social. Esto puede traducirse en:

- Crear marcos legales y financieros que apoyen y fortalezcan a las organizaciones de la sociedad civil, sin comprometer su autonomía.
- Establecer plataformas y mecanismos de diálogo y coordinación entre instituciones públicas, entidades del tercer sector, movimientos sociales y el sector privado con responsabilidad social.
- Fomentar la transparencia y la rendición de cuentas tanto en la gestión pública como en la de las iniciativas privadas que manejan fondos públicos o de donantes.

— Invertir en la construcción de capital social y en la capacitación de las comunidades para que puedan identificar sus propias necesidades y participar activamente en la búsqueda de soluciones.

Se trata de evitar tanto la estatización excesiva de la sociedad como la privatización de las responsabilidades públicas. La clave está en la sinergia, donde el Estado garantiza unos mínimos universales y un marco de justicia, y la sociedad civil aporta dinamismo, innovación y arraigo comunitario. Es fundamental, que la eficacia se entienda no como un atributo de un modelo aislado, sino como el resultado de una combinación inteligente y adaptativa de diferentes instrumentos y actores.

La experiencia en la gestión de emergencias por desastres naturales, como la DANA es un campo donde la necesidad de esta coordinación se hace especialmente patente. La respuesta efectiva a menudo depende de la rápida movilización ciudadana inicial, seguida de una intervención estatal coordinada y sostenida, y la colaboración con ONGs especializadas.

5. Conclusiones: hacia un modelo híbrido y resiliente de solidaridad

El análisis de la dialéctica entre el Estado del Bienestar y las iniciativas privadas como motores de la solidaridad nos aleja de conclusiones simplistas. No se trata de una elección excluyente entre un modelo omnipotente estatal y una sociedad civil autosuficiente, sino de reconocer la interdependencia y la necesidad de construir un ecosistema de bienestar más complejo, híbrido y resiliente.

Hemos visto que el Estado del Bienestar, a pesar de sus crisis y desafíos, sigue siendo el pilar fundamental para garantizar la solidaridad estructural, la universalidad de los derechos sociales y la redistribución de la riqueza en aras de una mayor equidad. Su capacidad para movilizar recursos a gran escala, establecer marcos legales protectores y planificar a largo plazo es insustituible si se aspira a una sociedad cohesionada y justa. Descuidar o desmantelar el Estado del Bienestar en favor de una confianza exclusiva en la iniciativa privada sería abdicar de una responsabilidad colectiva esencial y arriesgarse a un incremento de las desigualdades y la desprotección.

Por otro lado, las iniciativas privadas y la solidaridad ciudadana han demostrado ser una fuerza poderosa, capaz de aportar agilidad, innovación, conexión personal y un profundo sentido de comunidad (Solnit, 2020). Estas iniciativas no solo llenan vacíos y complementan la acción estatal, sino que también enriquecen la vida democrática, fomentan la participación y pueden

actuar como un importante contrapeso crítico, como evidencia la consigna *solo el pueblo salva al pueblo*. Sin embargo, también hemos constatado sus limitaciones en cuanto a alcance, sostenibilidad y equidad, así como el riesgo de comportamientos oportunistas si no existen los contrapesos adecuados.

Superar la dicotomía implica, por tanto, avanzar hacia modelos de corresponsabilidad y colaboración efectiva. Esto requiere un Estado que no solo provea, sino que también escuche, facilite y empodere a la sociedad civil; y una sociedad civil que, sin perder su autonomía y su capacidad crítica, esté dispuesta a colaborar con las instituciones en la consecución de objetivos comunes. La eficacia se logrará más probablemente a través de la articulación inteligente de ambos tipos de intervención.

Los desafíos futuros son considerables. Como dice Farge, la refundación intelectual y moral del Estado providencia es hoy día la condición de su supervivencia. Al comenzar una nueva era de lo social, entramos en una nueva era de lo político. La refundación de la solidaridad y la redefinición de los derechos implican una mejor articulación entre la práctica de la democracia y la gestión de lo social. En adelante, la profundización de la democracia y el progreso social deberán ir a la par (Farge, 2007). La financiación sostenible del Estado del Bienestar en un contexto de envejecimiento poblacional y globalización económica sigue siendo una cuestión central. Paralelamente, es necesario fomentar una sociedad civil robusta, diversa y verdaderamente representativa, evitando su instrumentalización o su dependencia excesiva de fondos que puedan coartar su independencia. La gestión de la solidaridad en contextos de crisis recurrentes –climáticas, sanitarias, económicas– exigirá una capacidad de adaptación y coordinación aún mayor entre todos los actores.

En última instancia, la forma en que una sociedad organiza la solidaridad es un reflejo de sus valores más profundos. Una sociedad que aspira a ser justa y democrática no puede permitirse el lujo de prescindir ni de la protección estructurada del Estado ni del dinamismo y el compromiso de sus ciudadanos. La tarea de las ciencias sociales, y de la sociología y la economía en particular, es continuar analizando estas dinámicas, visibilizando tanto las potencialidades como los riesgos, y contribuyendo con conocimiento riguroso a la construcción de un futuro donde la solidaridad, en todas sus formas, sea una realidad tangible para todos. La sociedad civil puede y debe jugar un papel crucial en su propio bienestar, pero no debe hacerlo sola, sino en un marco de derechos y deberes.

6. Referencias

Batson, C. D. (2011). *Altruism in Humans*. Oxford University Press.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Alianza Editorial.

Chaves, R. y Monzón, J. L. (2008). *La economía social en la Unión Europea*. CIRIEC-España.

Farge Collazos, C. (2007). El Estado del Bienestar. *Enfoques,* 19, 45-54

Fernández-Savater, A. (2020). *Habitar y gobernar: inspiraciones para una nueva concepción política*. NED Ediciones.

Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI.

Instituto de Gobierno y Políticas Públicas (IGOP). (2021). *Cartografía de iniciativas vecinales durante la pandemia en España*. UAB.

Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía* (8.ª ed.). Cengage Learning.

Nakagawa, Y., & Shaw, R. (2004). Social capital: A missing link in disaster recovery. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters, 22*(1), 5-34.

Quarantelli, E. L. (2001). *The Sociology of Panic*. GESIS – Leibniz Institute for the Social Sciences.

Rawls, J. (1979). *Teoría de la Justicia*. Fondo de Cultura Económica, 1979).

Rendueles, C. (2013). *Sociofobia: el cambio político en la era de la utopía digital*. Capitán Swing.

Singer, P. (2024). *El círculo en expansión: Ética, Evolución, and Progreso Moral*. Cátedra.

Solnit, R. (2020). *Un paraíso en el infierno: Las extraordinarias comunidades que surgen en el desastre*. Capitán Swing.

Sousa Santos, B. de (2006). *Conocer desde el Sur: para una cultura política emancipatoria*. Plural Editores.

Subirats, J. (Dir.). (2004). *Pobreza y exclusión social. Un análisis de la realidad española y europea*. Fundación La Caixa.

Tierney, K. (2014). *The Social Roots of Risk: Producing Disasters, Promoting Resilience*. Stanford University Press.

PERCEPCIÓN Y ACTITUDES DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES HACIA LA PUBLICIDAD DE LOS JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS ONLINE

Sonia Carcelén García
Universidad Complutense de Madrid
sonialca@ucm.es

Ana Pedreño Santos
Universidad Complutense de Madrid
apedreno@ucm.es

Myriam Durán Vilches
Universidad Complutense de Madrid
myduran@ucm.es

1. Introducción

La percepción que tienen los jóvenes de la publicidad de los juegos de azar y apuestas online es de suma relevancia para la salud pública y el bienestar de este segmento de población. Las grandes inversiones publicitarias del sector contribuyen a la normalización del juego moldeando actitudes positivas hacia él (García-Castillo y Suriá, 2025). En el año 2023 el mercado de juego en España logró recuperar y superar los niveles prepandemia en ingresos brutos (GGR) y cantidades jugadas, tanto en el sector presencial como online. El levantamiento de algunas de las restricciones por parte del Tribunal Supremo con respecto al Real Decreto de Comunicación Comerciales de las Actividades del Juego (958/2020), provocó un repunte en la inversión en marketing por parte de las compañías del sector (526 millones de euros, un 30 % más que en 2023), destacando el incremento en publicidad y promociones —un 37 % y 30 % más, respectivamente— (Datos del mercado español del juego online 2024 —DGOJ, 2025—).

Estas subidas en la inversión van aparejadas de un aumento del consumo por parte de los jóvenes que en España se encuentra en un 25 % de penetración en la franja de edad de los 18 a los 35 años pero con un crecimiento muy rápido en los últimos años (Pedreño-Santos y Carcelen, 2024). El futuro es preocupante si miramos a otros países en los que las apuestas

han penetrado rápidamente en esta franja de edad como son Australia (60%), Reino Unido (40%) o Estados Unidos (35%). De ahí la necesidad, tal y como indican Labrador et al. (2021), de realizar estudios sobre la percepción que tienen los jóvenes españoles de la publicidad en este sector.

Según múltiples estudios recientes, los jóvenes conocen las marcas de juegos de azar y pueden recordar estrategias de marketing específicas dirigidas a ellos (Labrador et al., 2021). Perciben esta publicidad como omnipresente y normalizada en la vida cotidiana, especialmente en el contexto deportivo (Nyemcsok, 2018). Los estudios sobre la percepción de la publicidad relacionada con las apuestas muestran resultados diferentes según los países donde se desarrollan. Mientras que en Australia se enfatiza la percepción del riesgo y la normalización (Pitt et al., 2024; Pitt et al., 2023; Di Censo et al., 2023), la investigación en el Reino Unido destaca que los jóvenes (11-24 años) tienen percepciones notablemente positivas de la publicidad de juegos de azar (Rossi y Nairn, 2023).

El presente estudio tiene por objeto conocer la percepción de los jóvenes españoles sobre la publicidad de los juegos de azar y apuestas online, y sus actitudes hacia dicha publicidad.

2. Antecedentes

2.1. La capacidad de influencia de las empresas de juego a través de la publicidad

Las empresas de juego tienen una considerable capacidad para influir en que los jóvenes jueguen ya que, según el estudio de Labrador et al. (2021) llevan a cabo:

a) Altas inversiones en publicidad buscando la ubicuidad y la saturación publicitaria.
b) Direccionamiento creativo a adolescentes y jóvenes, aunque legalmente no se dirigen a menores y las empresas reconocen la dificultad para limitar el contenido a menores.
c) Asociación con figuras públicas que aumenta la credibilidad y promueve actitudes positivas. Son percibidas por los jóvenes como más atractivas y memorables, debido a su familiaridad y mejoran la confianza, la legitimidad y la aceptación social del juego, mientras reducen los riesgos percibidos (Pitt et al., 2024).

d) Ofertas económicas que incluyen ganar dinero gratis, duplicar saldo, ofertas de reembolso, mejoras en cuotas, etc., suelen llevar a iniciarse en el juego online. Además, aumentan la probabilidad de participar en juegos de mayor riesgo lo cual es problemático especialmente para las personas con problemas de juego (Di Censo et al., 2023).
e) Contenido engañoso y manipulador: la publicidad solo muestra lo positivo (ganancias, éxito fácil), usando lenguaje y términos y condiciones complejos u oscuros y que no siempre son veraces (Labrador et al., 2021).

Otra forma de influencia es la omnipresencia y normalización de la publicidad de juegos de azar en la vida cotidiana, especialmente en el contexto de los deportes y derivada de una constante exposición que moldea actitudes positivas hacia el juego (Pitt et al., 2024; Pitt et al., 2023).

Estas estrategias contribuyen a la capacidad de la industria del juego para influir en las actitudes y las intenciones de consumo de los jóvenes con respecto al juego de azar, e incluso a «preparar» a las audiencias más jóvenes para participar en comportamientos de juego (Rossi y Nairn, 2023).

2.2. **Diferencias por países en la percepción y actitudes ante la publicidad**

Los estudios revisados por Labrador et al. (2021) realizados en Alemania, Australia, Canadá, Etiopía, España, Estados Unidos, Israel y el Reino Unido muestran algunas características comunes entre los jóvenes y su percepción del juego. Los adolescentes y jóvenes tienen una alta conciencia de la publicidad del juego. Muchos son críticos con el contenido, considerándolo sesgado, exagerado, lleno de trucos y con intención de engañar. Un tercio ignora o rechaza los anuncios. Perciben que la publicidad normaliza el juego y puede hacerlo parecer menos arriesgado. Las opiniones sobre el impacto varían; algunos se sienten afectados, otros creen que solo influye a otros (efecto de tercera persona). Las personas con problemas de juego reconocen ser más susceptibles a su influencia y que les da ganas de probar/apostar. Los mensajes de «juego responsable» son percibidos como superficiales, ineficaces o incluso una broma. La exposición y el recuerdo de la publicidad se asocian a incrementos en la intención de jugar, el comportamiento de juego y los problemas de juego (Labrador et al., 2021).

Pero también encontramos algunas variaciones clave entre los países con más estudios publicados. En Australia, los jóvenes perciben la publicidad de juegos de azar como un riesgo significativo para su salud y bienestar (Pitt et al., 2024). Creen que esta publicidad contribuye a la normalización del juego y moldea actitudes positivas hacia él (Pitt et al., 2024). Demuestran una conciencia significativa de las marcas de juegos de azar y pueden recordar estrategias de marketing específicas dirigidas a ellos. Perciben la publicidad como omnipresente y normalizada dentro de la vida cotidiana, particularmente en los deportes en los que los adolescentes se confunden sobre dónde termina la información deportiva y empieza la publicidad (Nyemcsok, 2018). Los mensajes publicitarios incluyen las apuestas como parte del ritual deportivo, fomentando el vínculo entre pares, los estereotipos masculinos, la sexualización de mujeres y un mayor estatus social asociado al juego (Labrador et al., 2021).

En Canadá los jóvenes dicen tener una alta exposición a publicidad en televisión (96%) y email (61%) en estudiantes de secundaria (12-19 años). Perciben el atractivo visual, la música, el humor y la simplicidad de los mensajes de ganar dinero, juego «normal» y la promesa de diversión y les produce una reacción negativa la publicidad que tiene la intención clara de invitar a jugar (Labrador et al., 2021).

Por el contrario, en el Reino Unido la investigación de Rossi y Nairn (2023) con niños (11-17 años) y jóvenes (18-24 años) indicó que sus percepciones de la publicidad de juegos de azar son notablemente positivas. En plataformas como Twitter/X, los niños y jóvenes encuentran los anuncios de juegos de azar significativamente más atractivos que los adultos (25-78 años) (Rossi y Nairn, 2023). Después de la exposición a estos anuncios, los niños predominantemente experimentan emociones positivas, lo que contrasta marcadamente con los adultos, quienes tienden a tener sentimientos negativos (Rossi y Nairn, 2023). El 74.7 % de los menores ve las apuestas como una parte normal del deporte (Labrador et al., 2021).

En el caso de los jóvenes españoles, el recuerdo y las actitudes positivas sobre la publicidad se asocian a incrementos en intención de apostar, comportamientos compulsivos y problemas de juego (García-Castillo y Suriá, 2025). Son críticos con la publicidad, pero les influye, siendo los incentivos económicos (bonos de bienvenida) lo que más les llama a jugar (Rubio, 2018). La escasez de estudios de este tipo en España (Labrador et al., 2021) genera una laguna de conocimiento que el presente trabajo tiene por objeto subsanar en cierta medida.

3. Objetivos y metodología

El objetivo principal de este trabajo es conocer las percepciones y actitudes de los jóvenes españoles en relación a la publicidad de los juegos de azar y apuestas online.

De este objetivo general, se han identificado varios objetivos específicos:

- Objetivo 1. Conocer las actitudes de los jóvenes hacia la publicidad del juego.
- Objetivo 2. Identificar qué elementos publicitarios y promocionales tienen un mayor impacto en el comportamiento de los jóvenes hacia el juego.

Para poder dar respuesta a los objetivos planteados se ha realizado una investigación cuantitativa de tipo descriptivo y explicativo transversal a una muestra nacional de 1.000 jóvenes entre 18 a 35 años residentes en España, seleccionados aleatoriamente a partir de un panel online (error de muestreo de ±3.1 % para un nivel de confianza del 95,5 %; P=Q=50 %).

Respecto al perfil de la muestra en función del género con el que se identificaba, el 50.1 % señaló femenino, el 49.2 % masculino y un 0.7 % señaló género no binario. En cuanto a la variable edad se ha dividido la muestra, mediante afijación simple, en 4 intervalos con una representación similar que permitiera realizar comparaciones entre los distintos grupos de edad (18 a 21=24.5 %; 22-25= 25.4 %; 26-30=25.1 % y 31-35= 25 %). El resto de las variables sociodemográficas son representativos de la población nacional. Además, todos los jóvenes de la muestra cumplían el requisito de haber participado en alguna actividad de juego de azar y apuestas (presencial u online) en el último año en cualquiera de sus modalidades como apuestas deportivas, ruleta, bingo, póquer, etc.

El trabajo de campo se realizó en diciembre de 2024 a través de la empresa Análisis e Investigación, a través de un cuestionario online estructurado que incorporaba los identificadores sociodemográficos de los jóvenes investigados, así como variables relativas a las actividades relacionadas con el juego de azar y apuestas utilizando la Escala de Impacto de Publicidad de Apuestas de Gervilla García et al. (2022). Para la selección de los ítems publicitarios utilizados en el cuestionario se realizó previamente un análisis de contenido de la publicidad de juegos de azar y apuestas realizada en el último año en medios convencionales y sociales.

Los datos obtenidos han sido analizados con el paquete estadístico SPSS versión 25.0 (IBM Corp., 2017). Con relación a la metodología de análisis, se han aplicado técnicas univariables y bivariables de estadística descriptiva e inferencial como el test Chi Cuadrado.

4. Resultados

4.1. Actitudes de los jóvenes hacia la publicidad de los operadores del juego

Al preguntar a los jóvenes sobre su actitud hacia la publicidad, se identifican cuatro áreas de influencia de los operadores de juego a través de la publicidad que realizan: 1) capacidad para influir en la participación y 2) en la toma de conciencia; 3) capacidad para informar y aumentar el conocimiento sobre el sector y; 4) capacidad para transmitir esa información de forma responsable (ética de la publicidad).

En la Tabla 1, se recogen las actitudes de los jóvenes en relación a cada una de estas áreas de interés de las operadoras de juego.

PARTICIPACIÓN EN EL JUEGO		
La publicidad de juegos de azar y apuestas aumentan mi interés hacia este tipo de juegos	En desacuerdo	5.8 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	19.6 %
	De acuerdo	73.8 %
La publicidad de promociones de juego genera más impulsividad y pérdida de control	En desacuerdo	5.2 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	20.1%
	De acuerdo	73.6 %
La publicidad de promociones de juego hace que se gaste más dinero del que tenía pensado	En desacuerdo	7.1 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	18.2 %
	De acuerdo	72.7 %
La publicidad de juegos de azar y apuestas me hacen pensar en la posibilidad de jugar/apostar en el futuro	En desacuerdo	8.8 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	25.4 %
	De acuerdo	70.7 %
La publicidad del juego asociada al mundo del deporte promueve más las ganas de jugar/apostar	En desacuerdo	6.1 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	21.6 %
	De acuerdo	70.3 %
Hay más probabilidades de jugar/apostar después de ver publicidad de juego	En desacuerdo	6.8 %
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	23.0 %
	De acuerdo	68.9 %

CONCIENCIA HACIA EL JUEGO		
No presto atención a la publicidad del juego	En desacuerdo	18.1%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	27.6%
	De acuerdo	53.2%
CONOCIMIENTO-SOBRE EL JUEGO		
La publicidad del juego ha incrementado mi conocimiento sobre casas/casinos/webs, etc. de juego	En desacuerdo	9.2%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	22.5%
	De acuerdo	67.0%
La publicidad del juego ha aumentado mi conocimiento sobre las opciones que existen para jugar/apostar	En desacuerdo	10.2%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	23.8%
	De acuerdo	64.7%
ÉTICA DE LA PUBLICIDAD DEL JUEGO		
La publicidad del juego es transparente (ofrece toda la información de forma clara)	En desacuerdo	29.8%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	23.6%
	De acuerdo	45.4%
La publicidad del juego es responsable (no perjudica al público)	En desacuerdo	30.2%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	26.2%
	De acuerdo	42.6%
La publicidad del juego es honesta (no miente ni engaña)	En desacuerdo	33.3%
	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	25.0%
	De acuerdo	40.2%

Tabla 1. Actitudes de los jóvenes hacia la publicidad de los operadores del juego. Fuente: Elaboracion propia.

En cuanto a las actitudes relacionadas con la influencia de la publicidad en la participación de los jóvenes hacia el juego, un 73 % de los encuestados señala que estar expuestos a un anuncio de juego incrementa su interés hacia esta actividad y aumenta la probabilidad de jugar y/o apostar justo despues de verlo, es decir, a corto plazo (68.9%) o, en un momento posterior, mas a largo plazo (70%). Por otro lado, el efecto de la publicidad entre los jovenes, también les lleva a participar en el juego llevando a cabo comportamientos de mayor riesgo como: perder el control y desarrollar conductas impulsivas (73.6%) o, gastarse mas dinero del que se tenía pensado (72.7%).

Por otro lado, aproximadamente la mitad de la muestra (53.2%) señala que no suele prestar atención a la publicidad del juego. Sin embargo, aque-

llos que declaran exponerse a ella, si consideran que cumple su funcion informativa, ya que les aporta conocimiento del sector (67 %), así como de las distintas modalidades de juego que existen (64.7 %).

Por último, en cuanto a la percepción del joven sobre si considera a la publicidad del juego ética, aproximadamente un tercio de los jovenes considera que no cumple con tres principicos básicos como: la responsabilidad (un 30.2 % señala que puede perjudicar al público), transparencia (29.8 % considera que no ofrece la información de forma clara), y honestidad (un 33.3 % indica que puede ser engañosa).

4.2. **Elementos publicitarios y promocionales que más impactan entre los jóvenes**

En general, la publicidad que realizan los operadores del juego ejerce una gran influencia entre los jovenes, ya que un 82,4 % de los encuestados señala el poder que esta herramienta de comunicación tiene sobre ellos, seduciéndoles y activándoles en gran medida (mucho/bastante) las ganas de participar (Grafico 1).

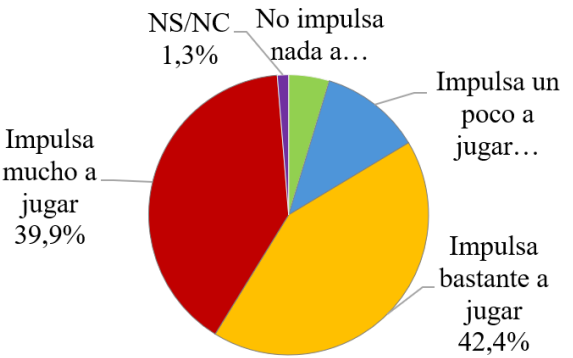


Gráfico 1. Nivel en que la publicidad del juevo activa las ganas de jugar/apostar entre los jóvenes. Fuente: Elaboración propia

Dentro de los diferentes elementos utilizados en las campañas de comunicación, los anuncios centrados específicamente en acciones promocionales son los que más impulsan a los jovenes a jugar (44.8 %), seguido de los aspectos visuales que destacan en el anuncio (32.9 %) y, por último, del copy o componente textual del mismo (25.6 %) (Gráfico 2).

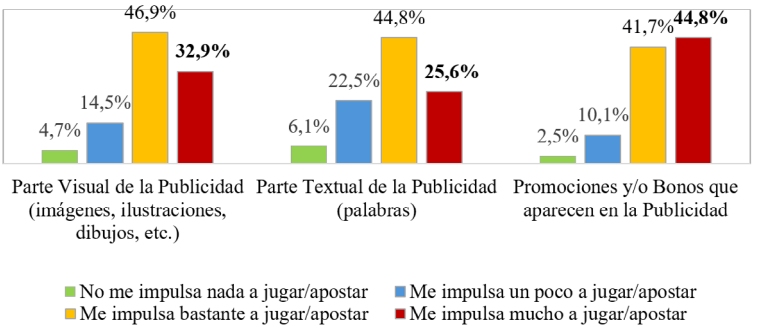


Grafico 2. Elementos de una campaña de comunicación que impulsa al joven a participar. Fuente: Elaboración propia.

Entrando en detalle en cada uno de los elementos anteriormente señalados, en cuanto a las acciones promocionales analizadas (super cuota, bono de bienenida, el cash back o la apuesta combinada), todas presentan unos altos porcentajes en cuanto al gran impacto (mucho o bastante) que tienen entre la población jóven (Gráfico 3).

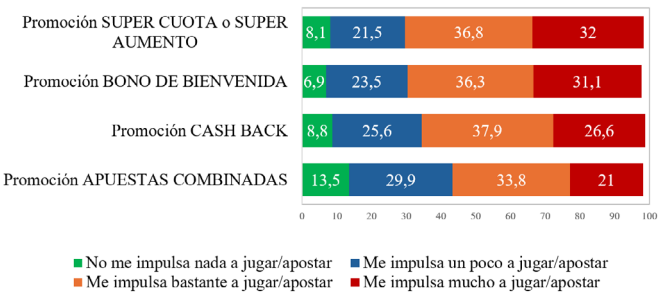


Grafico 3. Nivel de impacto de las estrategias promocionales entre los jovenes. Fuente: elaboración propia.

Este tipo de estrategias promocionales buscan atraer a nuevos clientes con ofertas llamativas que capten su atención, ofreciendo bonificaciones económicas que les seduzcan y les hagan creer que se encuentra ante la promesa de una «ganga», limitada en el tiempo, que no hay que dejar escapar, generando comportamientos mas impulsivos y peligrosos entre el público. Además, este tipo de anuncios presentan una extensa información sobre las bases y/o requisitos legales de la promoción y, ante el desconocimiento de

estas normas que el cliente no suele leer, la percepción de esta publicidad es de «estafa», ante la dificultad de poder obtener la ventaja económica que tan fácilmente se ha prometido (en las imágenes 1 y 2, se pueden observar dos ejemplos de anuncios promocionales).



Imagen 1 y 2. Ejemplo de anuncios promocinales de super cuota y bono de bienvenida. Fuente: Betfair y Bwin.

En cuanto a los elementos visuales utilizados en la publicidad del juego, los que más impactan entre los jóvenes son, por un lado, los que se centran en ofrecer una estética muy llamativa a través de los colores y/o símbolos asociados al dinero y, por otro lado, aquellos que usan imágenes de personas conocidas que son referentres entre este público, ya sea porque están vinculadas con el mundo del deporte o simplemente porque son celebrities (Gráfico 4).

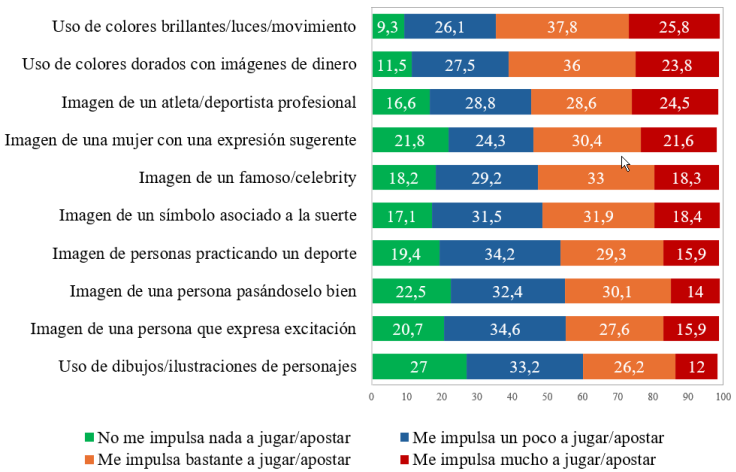


Grafico 4. Grado en que los elementos publicitarios visuales impulsan al joven hacia el juego. Fuente: Elaboración propia.

En la imagen 3 se observa cómo el anuncio presenta elementos visuales vinculados con multitud de colores, luces o movimiento (recordando la estética seguida por algunos videojuegos) y la utilización del color dorado y símbolos asociados al dinero (como las monedas), apelando a la motivación ecónómica del jugador de ganar dinero. En la imagen 4 se destaca visualmente la presencia de deportistas profesionales, referentes para muchos jóvenes, con la idea de asociar el mundo del juego a valores positivos vinculados con estos personajes como el éxito, la superación, el triunfo o la superioridad, entre otros.



Imagen 3 y 4. Ejemplo de anuncios destacando los elementos visuales.
Fuente: Zeus y Codere.

Por último, los elementos publicitarios relacionados con el copy de los anuncios tienen también un papel protagonista para atraer a los jovenes hacia el juego (Gráfico 5).

En concreto, existen algunas palabras que actúan como un fuerte gancho para captar la atención del público apelando de nuevo a la motivacion principal que existe en todo jugador que participa en esta actividad: obtener un beneficio económico. Por ello, utilizar palabras como «gratis», «devolver», «duplicar/doblar» o «ganar» tienen un impacto muy significativo entre los jóvenes. Por otro lado, existen otro grupo de elementos textuales que también seducen bastante al joven y que tienen que ver con la idea de minimizar el riesgo implícito que tiene el realizar una apuesta y/o tirada. Estos anuncios utilizan palabras como «seguro / seguridad» o «sin riesgo», ofreciendo un mensaje peligroso a un joven que puede percibir esta actividad como algo que es «fácil o sencillo» de conseguir y que ante la pérdida entre en un círculo vicioso que le lleve a meter mas dinero para recuperar lo perdido.

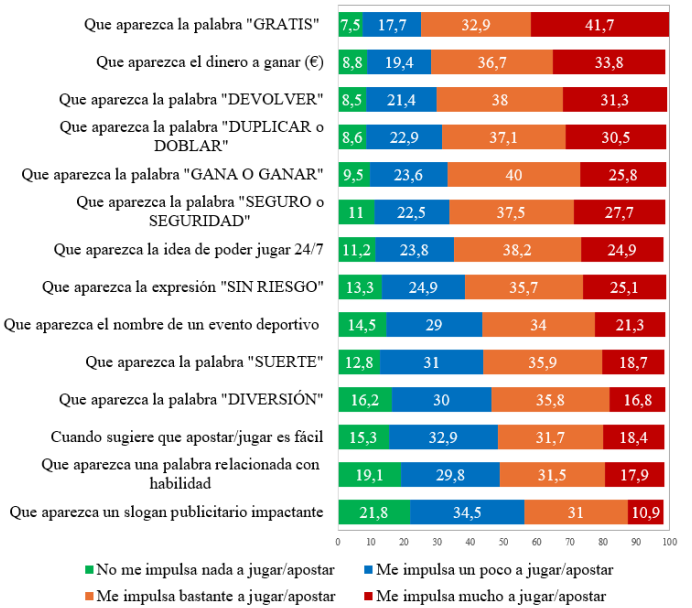


Grafico 5. Grado en que los elementos publicitarios textuales impulsan al joven hacia el juego. Fuente: Elaboración propia

En las imágenes 5 y 6 se puede observar la utilización de las palabras «doblamos» y «hasta 200 € asegurados», lo que lleva a pensar, por un lado, en la capacidad de poder ganar dinero de forma fácil y sencilla solo por participar (imagen 5). Y, por otro lado, que no se pone demasiado en riesgo cuando se participa, ya que la propia casa o casino, te asegura recuperar parte de la ganancia, algo que en ocasiones no ocurre por las condiciones que lleva implícito dicha apuesta y que muchos jugadores desconocen al no haberlas leido (imagen 6).



Imagen 5 y 6. Ejemplo de anuncios publicitarios destacando los elementos del copy. Fuente: Elaborción propia

5. Conclusiones

La encuesta realizada a 1.000 jóvenes españoles y su relación con la publicidad y el juego, pone de manifiesto el alto impacto que tiene la publicidad sobre la realización de apuestas online. Los formatos publicitarios dinámicos con colores brillantes, luces, movimiento, y el uso de imágenes de dinero, suponen para más del 60 % de los jóvenes entrevistados (que habían participado en alguna actividad de juego de azar y apuestas —presencial u online— en el último año) una fuerte atracción que les impulsa a apostar, incluso más que el uso de imágenes de mujeres sugerentes, famosos o deportistas. Al igual que la palabra gratis, que es, al igual que en otros sectores, una de las razones que más les impulsa a jugar (a un 75%) y otras palabras como ganar, devolver, duplicar o doblar, que estimulan a más del 65 % de los encuestados a apostar.

Tres cuartas partes de los jóvenes entrevistados aseguran que la publicidad en este sector aumenta su interés por jugar, la impulsividad y la pérdida de control y les hace gastar más dinero del inicialmente pensado. Además, este tipo de publicidad asociada al mundo del deporte promueve más las ganas de jugar y apostar, aumentando las probabilidades de hacerlo cuando la publicidad va ligada a un evento deportivo (según indican el 70 % de los encuestados).

Los jóvenes españoles son conscientes de que la publicidad aumenta su consumo de juego de apuestas online. Pero esto no lo consideran necesariamente negativo. De hecho, para entre un 40 % y un 45 % de ellos, la publicidad en este sector es transparente (ofrece toda la información de forma clara), es responsable (no perjudica al público) y es honesta (no miente ni engaña). Frente a esta percepción, un 30 % opina que no tiene ninguna de esas características.

Investigaciones anteriores realizadas en el Reino Unido han mostrado una percepción marcadamente positiva y una respuesta emocional favorable entre los jóvenes hacia los anuncios del juego online. Por tanto, y teniendo en cuenta los datos de adicción al juego online en continuo crecimiento en los últimos años, este dato en España es preocupante. La normalización del juego como parte de la socialización entre muchos jóvenes, a la cual ha contribuido una publicidad atractiva dirigida a ellos, subraya la necesidad de regulaciones más estrictas para mitigar el riesgo de la exposición temprana.

La literatura sobre esta cuestión pone de relieve que las voces de los jóvenes a menudo son excluidas de las discusiones sobre políticas, y ellos creen que deberían participar activamente en las decisiones sobre las regulaciones de marketing. Considerando los riesgos potenciales a los que nuestros jóvenes se están enfrentando, es necesario dotar a este sector de unas regulaciones publicitarias más estrictas que los protejan.

6. Referencias

Di Censo, G., Delfabbro, P., & King, D. L. (2023). Young People's Perceptions of the Effects and Value of Sports Betting Inducements. *International Journal of Mental Health and Addiction*. https://doi.org/10.1007/s11469-023-01173-0

Dirección General de Ordenación del Juego (2025). *Memoria anual del juego online 2024*. 20 de marzo de 2025. Recuperado el 28 de mayo de 2025 en https://www.ordenacionjuego.es/novedades/memoria-anual-juego-line-ano-2024

Fernández de Pinedo, E., Pérez García, M., y Smith, J. (2000). La deuda pública y los juristas laicos (1550-1650). En *Dinero, moneda y crédito en la monarquía hispánica: actas del Simposio Internacional*. Madrid, 4-7 de mayo de 1999 (pp. 807-824). Fundación ICO.

García-Castillo, F., & Suriá Martínez, R. (2025). El auge de los juegos de azar online y sus consecuencias en población universitaria. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 25(1), 1-7.

Labrador, F. J., Estupiñá, F. J., Vallejo-Achón, M., Sánchez-Iglesias, I., González Álvarez, M., Fernández-Arias, I., … & Bernaldo-de-Quirós, M. (2021). Exposure of adolescents and youth to Gambling advertising: a systematic review. https://doi.org/10.6018/analesps.428921

Martínez Ruiz, E., y Gil, M. (2010). La Iglesia española contra Napoleón. La guerra ideológica. *Actas*.

Ministerio de Sanidad (2024). Informe sobre adicciones comportamentales y otros trastornos adictivos 2024. Recuperado el 2 de junio de 2025 en chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2024_OEDA_AdiccionesComportamentales_ResumenEjecutivo.pdf

Nyemcsok, C., Thomas, S. L., Bestman, A., Pitt, H., Daube, M., & Cassidy, R. (2018). Young people's recall and perceptions of gambling advertising and intentions to gamble on sport. *Journal of behavioral addictions*, 7(4), 1068-1078. https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.128

Pedreño-Santos, A. & Carcelén-García, S. (2024) Estrategias de marketing digital de las operadoras de juego online y su impacto sobre los jóvenes. Una perspectiva desde el marketing responsable. *Tendencias Sociales, Revista de*

Sociología, 10, vol. 2 (2023): 111-130 https://doi.org/10.5944/ts.2023.43123

Pitt, H., McCarthy, S., & Thomas, S. M. (2023). *The Impact of Marketing on the Normalisation of Gambling and Sport for Children and Young People* (pp. 169-183). Elsevier BV. https://doi.org/10.1108/s1476-285420230000018011

Pitt, H., McCarthy, S., Randle, M., Arnot, G., Daube, M., & Thomas, S. M. (2024). It's changing our lives, not for the better. It's important that we have a say. The role of young people in informing public health and policy decisions about gambling marketing. *BMC Public Health*, 24(1). https://doi.org/10.1186/s12889-024-19331-x

Rossi, R., & Nairn, A. (2023). Priming Young Minds – The Appeal of Gambling Advertising to Children and Young People. *Journal of the Association for Consumer Research*. https://doi.org/10.1086/729290

Rubio, L. (2018). Online sports betting: adolescent perception and advertising regulation. *Methaodos-Revista de Ciencias Sociales*, 6(1), 139-148. http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v6i1.207

Torrance, J., Roderique-Davies, G., Thomas, S. L., Davies, N., & John, B. (2021). 'It's basically everywhere': young adults' perceptions of gambling advertising in the UK. *Health Promotion International*, 36(4), 976-988. https://doi.org/10.1093/heapro/daaa126

EL MUSEO COMO LABORATORIO SOCIAL: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO Y REFLEXIONES (2021-2025)

Juan Enrique Gonzálvez Vallés
Universidad Complutense de Madrid

Oliver Carrero Márquez
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

El análisis bibliométrico permite mapear la producción científica, identificar actores clave y detectar tendencias temáticas (Aria & Cuccurullo, 2017). En museología, resulta especialmente valioso por su carácter interdisciplinario, que integra historia, antropología, educación y tecnología (Black, 2012).

Este trabajo se centra en el periodo 2021-2025 para captar el impacto inmediato de la pandemia de COVID-19 en los museos, un proceso de reconfiguración que incluyó adaptación virtual, sostenibilidad y nuevos vínculos con los públicos (UNESCO, 2021). Este análisis se basa en un corpus reciente de 3.923 documentos extraídos de Web of Science con el término «museums». Los resultados muestran una fuerte tendencia hacia la interdisciplinariedad, incorporando enfoques como análisis computacional, interacción humano-computadora, educación informal y economía cultural.

1.1. Estado de la cuestión

En las últimas décadas, el museo dejó de entenderse como un contenedor neutro para convertirse en un espacio donde se negocian significados sociales (Hooper-Greenhill, 2000; Macdonald, 2006).

Para entederlo mejor, hay que fijar el punto de partida en los debates de la «nueva museología» de los años ochenta y noventa, que cuestionaron la neutralidad del museo moderno. Bennett (1995) describió al museo como parte del complejo expositivo de las democracias liberales, donde saber y

poder se entrelazan para formar ciudadanos. Sin embargo, actualmente, el museo es concebido como productor activo de conocimiento y memoria social (Waterton & Watson, 2013). Su legitimidad no se basa solo en la experticia académica, sino en la capacidad de articular saberes diversos. Este cambio se expresa en la noción de museo performativo, que co-crea el mundo a través de políticas de adquisición y mediación (Fisher & Fortnum, 2013).

En este contexto, la redefinición del concepto de museo por parte del ICOM (2022) cobra importancia. Términos como: inclusión, accesibilidad y sostenibilidad reflejan una apertura hacia modelos más democráticos. Además, el vínculo entre museo y educación ha generado una amplia corriente crítica al modelo transmisivo, en favor de enfoques dialógicos y sensibles a la diversidad cultural y al aprendizaje informal (Hein, 1998). Mairesse & Desvallées (2007) sostienen que el museo ya no puede definirse únicamente por la custodia de objetos, sino por su capacidad de generar significados. Ejemplos como el Museo de la Memoria y los Derechos Humanos (Santiago de Chile) o la Casa de la Memoria (Medellín) han sido estudiados por sus enfoques museográficos y pedagógicos innovadores (Jelin, 2012).

La participación ciudadana se ha consolidado como eje central en la museología contemporánea. Desde *The Participatory Museum* de Simon (2010), se plantea una transformación profunda en la relación museo-público, donde los visitantes son considerados co-creadores y agentes de conocimiento. Aun así, Lynch (2011) y Sandell (2017) advierten que para que la participación sea real, ésta debe permitir la reapropiación del museo por los colectivos implicados, lo cual requiere una mirada crítica que cuestione sesgos ideológicos. En esta línea, Rancière (2008) defiende una pedagogía de la igualdad, que desestabiliza los roles de emisor y receptor, y fomenta el encuentro y la creación compartida.

Cada vez más museos integran perspectivas de género, antirracismo o diversidad funcional, reconfigurando sus políticas expositivas y comunicativas. Un ejemplo es la exposición *Queer British Art* (Tate Britain, 2017), que resignifica la representación desde claves identitarias. En contextos de migración forzada, casos como el Migration Museum Project (Reino Unido) o el Museo de la Migración en Australia han sido analizados como experiencias de curaduría ética (Bodo et al., 2009).

Además de todo lo dicho, el museo afronta su digitalización, a través, no solo visitas virtuales y catálogos en línea, sino de la incorporación de

inteligencia artificial, modelado 3D y realidad aumentada (Giaccardi, 2012). Esta transformación técnica plantea interrogantes sobre el diseño de los algoritmos y los datos que priorizan (Cameron & Kenderdine, 2007).

En paralelo, vinculados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, muchos museos incorporan prácticas ecológicas y arquitectura sostenible bajo la denominación «museología ecosocial» (Sykes, 2020). Desde esta mirada transformadora, Siri (2024) propone marcos para pensar el museo frente a crisis sanitarias, económicas o climáticas. Es el caso del *Ontario Science Centre* y el *Museum of Tomorrow*, que integran jardines comunitarios, arquitectura bioclimática y programas de educación ambiental (McKenzie, 2022).

Por último, se ha ampliado la reflexión sobre el bienestar emocional en el museo. Iniciativas como «Museums on Prescription» en el Reino Unido exploran cómo el arte, la historia y la interacción social pueden formar parte de estrategias de salud pública (Thomson et al., 2018).

2. Metodología

La investigación se basa en publicaciones indexadas en Web of Science – Core Collection (WoS-CC), por su cobertura multidisciplinar, calidad de metadatos, trazabilidad de citaciones y compatibilidad con herramientas como VOSviewer y Bibliometrix (Mongeon & Paul-Hus, 2016). WoS-CC incluye más de 21.000 revistas y más de 250 disciplinas, lo que la hace ideal para un campo interdisciplinar como la museología (Singh et al., 2015). Sin embargo, presenta limitaciones como la baja representación de literatura regional y la cobertura parcial de literatura gris, al excluir documentos no formalmente publicados (Martín-Martín et al., 2021).

2.1. Justificación de la muestra y criterios de validez

A La muestra analizada consta de 3.923 documentos indexados en Web of Science – Core Collection, publicados entre enero de 2021 y mayo de 2025, que contienen el término «museums» en título, resumen o palabras clave del autor. La elección del descriptor plural responde al principio de exhaustividad conceptual (Zupic & Čater, 2015), al permitir una cobertura amplia y transversal del campo museológico, en contraposición a etiquetas más restringidas.

El intervalo temporal se justifica por el interés en capturar la producción científica más reciente, especialmente en un periodo de transformación

institucional y epistemológica acelerada por la pandemia de COVID-19 (ICOM, 2022). El tamaño de la muestra excede ampliamente los umbrales de estudios previos (Donthu et al., 2021) e incorpora diversidad documental, lo que refuerza su carácter representativo. Por tanto, la muestra cumple con los criterios de pertinencia, cobertura y precisión establecidos por Zupic y Čater (2015), asegurando solidez metodológica para el análisis bibliométrico.

2.2. **Herramientas de análisis utilizadas**

La primera fase metodológica consistió en la descarga y organización de los datos utilizando Microsoft Excel, lo cual permitió depurar y homogeneizar campos como títulos, autores, filiaciones y palabras clave (Moral-Muñoz et al., 2020). Posteriormente, se empleó VOSviewer para analizar redes de coocurrencia de palabras clave, coautorías y agrupamientos temáticos.

Esta herramienta ha sido clave para detectar cinco clústeres temáticos en la investigación museológica, como ya han mostrado estudios previos (Monteagudo-Fernández & Gómez-Carrasco, 2021). En paralelo, se utilizó Bibliometrix por su capacidad para integrar análisis descriptivos y relacionales, proporcionando métricas clave sobre productividad (Chen et al., 2021). Finalmente, se incorporó Python, mediante librerías de procesamiento de lenguaje natural como pandas, re y nltk, para realizar minería de resúmenes y extraer términos frecuentes no explícitamente etiquetados como keywords (Shokida et al., 2024).

3. **Resultados y discusión**

A continuación, Se presentan los resultados del análisis bibliométrico de 3.923 documentos sobre museos (2021-2025), indexados en Web of Science – Core Collection.

3.1. **Evolución anual de la producción científica (2021-2025)**

El análisis del crecimiento anual de publicaciones entre 2021 y 2025 muestra una tendencia ascendente sostenida desde 2022, reflejando un interés intensificado por los museos en relación con la postpandemia, la sostenibilidad y la digitalización. La Tabla 1 revela esta evolución, que, aunque cuantitativamente estable, encierra mutaciones temáticas relevantes.

Año	Número de publicaciones
2021	863
2022	896
2023	965
2024	938
2025	261 (hasta mayo)

Tabla 1. Evolución de las publicaciones entre 2021 y 2025.
Fuente: Elaboración propia.

Entre 2021 y 2023, el volumen de publicaciones crece de 863 a 965 documentos, marcando un giro hacia el museo como infraestructura crítica para abordar crisis ecológicas, racismo estructural, inteligencia artificial y participación ciudadana (Newell et al., 2017). En 2021, la producción responde a un impulso reflexivo posterior al colapso institucional de 2020, con artículos de carácter ensayístico o proyectivo (Canet Solà et al., 2023).

A partir de 2022, proliferan estudios empíricos, muchos de ellos, con métodos mixtos, que analizan transformaciones en públicos, tecnologías y programación. Investigaciones como las de Zhou et al. (2024) adoptan metodologías cuantitativas y participativas. También emergen revisiones sobre accesibilidad y tecnologías inmersivas (Kang & Yang, 2022), y estudios comparativos que reflejan variaciones en el impacto de la pandemia según contexto (Galí et al., 2022).

En 2023, se alcanza el pico de publicaciones, con trabajos de alto impacto firmados por equipos interdisciplinares y centrados en ética digital, enfocada a la atención a públicos virtuales y accesibilidad cognitiva (Ai et al., 2025). En 2024, con 938 publicaciones, se reequilibra la producción entre estudios teóricos y evaluaciones longitudinales, mientras emergen posturas críticas frente a la idealización de la participación y los discursos hegemónicos sobre restitución patrimonial (Warren, 2025).

Para 2025, con 261 publicaciones hasta mayo, destacan investigaciones sobre IA generativa y blockchain (Puspasari et al., 2023), así como un aumento en la producción del sur global, con aportes significativos desde África occidental y el sudeste asiático (Kopf, 2018).

3.2. **Tipología documental**

Predomina el artículo académico, con más de 3.300 registros, aunque también se observan formatos relevantes como revisiones, editoriales y

artículos en acceso anticipado. Web of Science distingue, además, 229 artículos de investigación formalizados, que introducen una orientación más empírica y evaluativa en el campo. Además, el formato Early Access ha ganado peso estratégico desde la pandemia, con 109 documentos centrados en temas como accesibilidad digital, museos virtuales o experiencias sensoriales Kristianto et al. (2021).

Los artículos de revisión, aunque minoritarios (95 documentos), en contextos acelerados como el post-2020, permiten identificar lagunas temáticas y construir marcos comparativos, particularmente en áreas como educación expandida y accesibilidad cognitiva. Además, los editoriales, con 49 textos, se caracterizan por su carga ideológica y performativa Lonetree (2022) o Sandell (2017).

En suma, como señalan Bourdieu (2003) y Beigel (2014), el tipo de publicación no es una elección neutra, sino una forma de posicionamiento dentro del campo científico y sus lógicas de validación.

3.3. **Concentración editorial, hegemonías temáticas y dinámicas de visibilidad**

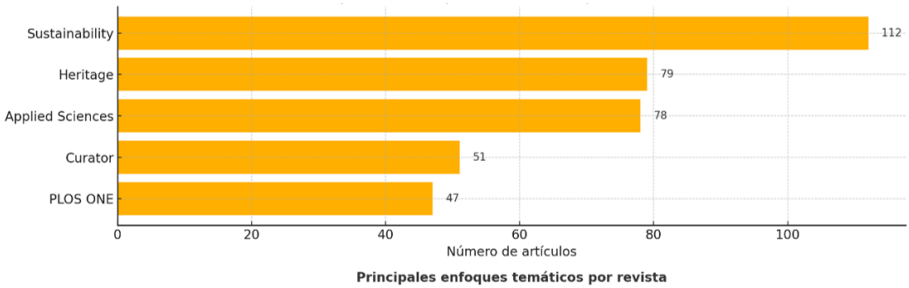
El análisis de las revistas más activas en la publicación de estudios museológicos entre 2021 y 2025 revela que Sustainability, Heritage, Applied Sciences, Curator y PLOS ONE concentran el 9.5 % del total de artículos, con más de 1.100 publicaciones. Un patrón reconocido por la ley de Bradford (1934), que postula una concentración significativa del conocimiento en un núcleo reducido.

Sustainability, con 112 artículos, lidera el ranking. Su enfoque en los Objetivos de Desarrollo Sostenible la ha convertido en una plataforma para abordar el museo como agente ecosocial. Destacan trabajos como el de Zhang et al. (2022), sobre tecnologías inteligentes aplicadas a la experiencia del visitante, y el de Li et al. (2021), que analiza la percepción del público ante la innovación digital en museos.

Heritage, con 79 publicaciones, destaca como espacio para reflexiones críticas sobre digitalización, accesibilidad y paisaje patrimonial. Por ejemplo, Leopardi et al. (2021) comparan tecnologías XR en exposiciones virtuales, y Rychnova et al. (2022) abordan los museos al aire libre como espacios resilientes frente al cambio climático.

En cuanto a Applied Sciences (78 artículos) ofrece un enfoque técnico, centrado en validación empírica y resolución de problemas funcionales.

Entre los artículos más citados se encuentran el de Boboc et al. (2022), sobre RA y 5G en patrimonio cultural. Por su parte, Curator: The Museum Journal, con 51 artículos, se mantiene como referente para una profesionalización crítica del museo. Destaca el trabajo de Rhee et al. (2021), quienes estudian las reseñas en línea para comprender la experiencia emocional del visitante. Por su parte, Price y Applebaum (2022) desarrollan una escala de medición del sentido de pertenencia, subrayando la función del museo como espacio de conexión afectiva y representación cultural.



Sustainability	Heritage	Applied Sciences	Curator	PLOS ONE
ODS	Digitalización	RA y 5G	Pandemia	Ciencia ciudadana
Museo ecosocial	Accesibilidad	NFTs	Experiencia emocional	Biofeedback
Tecnologías inteligentes	Cambio climático	IA ética	Pertenencia	Bienestar social

Figura 1. Concentración editorial en investigación museológica.
Fuente: Elaboración propia

Aunque no especializada en museología, PLOS ONE (47 artículos) se posiciona como una plataforma interdisciplinar clave. Autores como Aristeidou et al. (2021) destacan la participación equitativa de jóvenes en ciencia ciudadana, vinculada a procesos de co-creación cultural. Marin-Morales et al. (2021) aplican biofeedback para medir respuestas emocionales en entornos virtuales patrimoniales, demostrando su eficacia como experiencia afectiva. Por último, Tymoszuk et al. (2021), desde un enfoque poblacional, relacionan participación artística con bienestar social, reforzando el rol del museo como agente de salud pública y resiliencia comunitaria.

En conjunto, las dinámicas temáticas y metodológicas observadas reflejan un museo que actúa como interfaz de debates sobre sostenibilidad, inclusión, afectividad y transformación digital.

3.4. **Categorías temáticas y autores clave (2021-2025)**

A partir de una combinación de técnicas de coocurrencia semántica y agrupamiento de palabras clave, se identificaron cinco grandes clústeres temáticos que articulan el paisaje contemporáneo de producción científica en torno a los museos. El clúster más voluminoso reúne más de 3.200 artículos que sitúan al museo como agente activo en procesos de sostenibilidad cultural, regeneración urbana y cohesión territorial. Términos como heritage, sustainability y community museums articulan esta línea. Destacan estudios como el de Blaxter (2022), que posiciona a los museos de historia natural como infraestructuras para la conservación genética, o el de Groeneveld et al. (2022), que enfatizan la cocreación narrativa como vía para la sostenibilidad cultural.

Un segundo conjunto de investigaciones, con cerca de 1.600 publicaciones, comprende estudios sobre el museo como espacio pedagógico y plataforma de mediación intercultural. Aquí confluyen temas como la alfabetización crítica, la educación emocional y la participación activa. Autores como Heberling et al. (2021) destacan el valor democratizador de los datos patrimoniales abiertos. Por su parte, Clarke (2021) vincula paleontología y aprendizaje sensorial.

Un tercer grupo se concentra en la dimensión institucional, considerando al museo como organización compleja que requiere modelos de gobernanza, planificación estratégica y capacidad de adaptación. En este contexto, Pachter y Moses (2022) trasladan lógicas museales al almacenamiento de datos biomoleculares. También cabe destacar a Liu y Kazarian (2022), centradas en estrategias de resiliencia frente a situaciones de crisis.

Finalmente, un clúster emergente, con más de 1.500 artículos asociados, se enfoca en el museo como entorno interactivo, personalizado y tecnológicamente mediado. Se analizan desarrollos como realidad aumentada, sensores inteligentes e inteligencia artificial. Por ejemplo, Alzate Agudelo y Guevara Guerrero (2021) plantean metodologías de indagación digital con fines pedagógicos.

4. **Conclusiones**

Este estudio bibliométrico ha permitido mapear la evolución reciente de la investigación museológica, identificando patrones de publicación,

actores clave y las principales líneas temáticas entre 2021 y 2025. A través del análisis de más de 3.800 documentos indexados en Web of Science y mediante herramientas como VOSviewer y Bibliometrix, se ha obtenido una visión estructurada del campo, destacando tanto regularidades como transformaciones significativas.

Uno de los principales hallazgos es la configuración de cinco grandes clústeres temáticos que definen el núcleo epistemológico de la museología contemporánea: el rol del museo en la sostenibilidad y el territorio; su función educativa y accesible; la transformación digital impulsada por tecnologías emergentes; los enfoques críticos y decoloniales que interpelan sus estructuras tradicionales; y, finalmente, la gestión institucional orientada a la resiliencia y la innovación.

Estos ejes revelan una transición del museo como repositorio estático a una entidad relacional, que actúa simultáneamente en los planos ecológico, pedagógico, tecnológico, político y organizativo. Lejos de tratarse de una ruptura, se advierte una ampliación de funciones y sentidos, en la que el museo se reconfigura como interfaz de múltiples demandas sociales.

Este mapeo temático no solo permite comprender el estado actual de la investigación museológica, sino que también ofrece una base sólida para futuros estudios comparativos, proyecciones estratégicas y reflexiones críticas sobre el devenir del museo en un mundo en transformación.

5. Referencias

Ai, Y., Zhu, X., & Nohara, K. (2025). Sustainable digital innovation for regional museums through cost-effective digital reconstruction and exhibition co-design: A case study of the Ryushi Memorial Museum. *Sustainability*. https://doi.org/10.3390/su17041598

Alzate Agudelo, M. A., & Guevara Guerrero, A. S. (2021). Inquiry as a teaching tool in the museum: A case study. *Revista Eureka sobre Enseñanza y Divulgación de las Ciencias, 18*(3), 3102. https://doi.org/10.25267/Rev_Eureka_ensen_divulg_cienc.2021.v18.i3.3102

Aristeidou, M., Herodotou, C., Ballard, H., Balázs, B., Butkeviciene, E., & Mäkinen, M. (2021). Exploring the participation of young citizen scientists in scientific research: The case of social inclusion and equity in citizen science. *PLOS ONE, 16*(1), e0245682. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245682

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007

Beigel, F. (2014). Publishing from the periphery: Structural heterogeneity and segmented circuits of scholarly communication. *Current Sociology, 62*(5), 743-765. https://doi.org/10.1177/0011392113512839

Bennett, T. (1995). *The Birth of the Museum: History, Theory, Politics*. Routledge.

Black, G. (2012). *Transforming museums in the twenty-first century*. Routledge.

Blaxter, M. L. (2022). Sequence locally, think globally: The Darwin Tree of Life project. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 119*(32), e2115642118. https://doi.org/10.1073/pnas.2115642118

Boboc, R. G., Bautu, E., & Girbacia, F. (2022). Augmented reality in cultural heritage: An overview and the 5G use case of the EU H2020 project 5G-ERA. *Applied Sciences*, 12(19), 9859. https://doi.org/10.3390/app12199859

Bodo, S., Gibbs, K., & Sani, M. (2009). *Museums as places for intercultural dialogue: Selected practices from Europe*. Map for ID Group. https://patrimonioeintercultura.ismu.org/en/progetto/map-for-id-museums-as-places-for-intercultural-dialogue/

Bourdieu, P. (2003). *El oficio de científico: Ciencia de la ciencia y reflexividad*. Barcelona: Anagrama.

Bradford, S. C. (1934). Sources of information on specific subjects. *Engineering*, 137, 85-86.

Canet Solà, M., Korepanova, A., Mukhina, K., & Schich, M. (2023). *Quantifying Collection Lag in European Modern and Contemporary Art Museums*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2305.14159

Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.). (2007). *Theorizing digital cultural heritage: A critical discourse*. MIT Press.

Chen, C., Hu, Z., & Liu, S. (2021). Emerging trends in the knowledge domain of science mapping: A bibliometric review. *Journal of Data and Information Science, 6*(1), 1-30. https://doi.org/10.2478/jdis-2021-0001

Clarke, P. (2021). Neighborhood cognitive amenities? A mixed-methods study of museums and greenspace in US cities. *Wellbeing, Space and Society, 2*, 100040. https://doi.org/10.1016/j.wss.2021.100040

Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research, 133*, 285-296. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070

Fisher, E., & Fortnum, R. (2013). *On Not Knowing: How Artists Think*. Black Dog Publishing.

Galí, N., Vidal, D., & Perpiña, L. (2022). Visitor behavior in museums in times of COVID-19. *Tourism Culture & Communication.* https://doi.org/10.3727/109830422x16600594683355

Giaccardi, E. (2012). *Heritage and social media: Understanding heritage in a participatory culture*. Routledge.

Groeneveld, I., Kanelli, M., Ariese, C., & Rousaki, A. (2023). Parameters that affect the photodegradation of dyes in museum lighting environments. *Dyes*

and Pigments, 210, 110999. https://doi.org/10.1016/j.dyepig.2022.110999

Heberling, J. M., Miller, J. T., Noesgaard, D., Weingart, S. B., & Schigel, D. (2021). Data integration enables global biodiversity synthesis. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 118*(6), e2018093118. https://doi.org/10.1073/pnas.2018093118

Hein, G. E. (1998). *Learning in the museum*. Routledge.

Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the interpretation of visual culture*. Psychology Press.

ICOM. (2022). *New definition of museum*. International Council of Museums. https://icom.museum/en/news/icom-approves-a-new-museum-definition/

Jelin, E. (2012). *Los trabajos de la memoria*. Siglo XXI Editores.

Kang, Y., & Yang, K. C. C. (2022). Framing digital reality technology applications among museums during COVID-19 pandemic: A comparative text mining research. In *Intelligent Systems Reference Library*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-91394-6_8

Kopf, C. (2018). Dakar's Museum of Black Civilisations: Towards a new imaginary of a post-ethnographic museum. *Martor, 23*, 25-35. https://doi.org/10.57225/martor.2018.23.03

Kristianto, T. M., Ekasiwi, S., Arifianto, D., Setio Ardianto, O. P., & Budianto, C. A. (2021). Digital geometry for virtual museum based on field studies. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 738*(1), 012026. https://doi.org/10.1088/1755-1315/738/1/012026

Liu, G.-L., & Kazarian, S. G. (2022). Recent advances and applications to cultural heritage. *Analyst, 147*(2), 157-172. https://doi.org/10.1039/d2an00005a

Leopardi, A., Ceccacci, S., & Mengoni, M. (2021). X-reality technologies for museums: A comparative user study for a virtual exhibition. *Journal of Cultural Heritage*, 49, 10-25. https://doi.org/10.1016/j.culher.2020.10.005

Li, Z., Shu, S., Shao, J., Booth, E., & Morrison, A. (2021). Innovative or Not? The Effects of Consumer Perceived Value on Purchase Intentions for the Palace Museum's Cultural and Creative Products. *Sustainability*, *13*(4), 2412. https://doi.org/10.3390/SU13042412

Lynch, B. T. (2017). The Gate in the Wall: Beyond Happiness-making in Museums. Pp.11-29, in Onciul, B., Stefano, M.L., and Hawke, S., Engaging Heritage, Engaging Communities, Boydell Press, UK.

Lonetree, A. (2022). *Decolonizing museums: Representing native America in national and tribal museums*. University of North Carolina Press.

Macdonald, S. (2006). *A companion to museum studies*. Blackwell Publishing.

Mairesse, F., & Desvallées, A. (2007). *Vers une redéfinition du musée ?* Editions L'Harmattan.

Marin-Morales, J., Higuera-Trujillo, J. L., Gómez-Pilar, J., & Llinares, C. (2021). Heart rate variability analysis for the assessment of immersive emotional experiences in virtual environments

related to cultural heritage. *PLOS ONE, 16*(7), e0254098. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0254098

Martín-Martín, A., Thelwall, M., Orduna-Malea, E., & Delgado López-Cózar, E. (2021). Google Scholar, Microsoft Academic, Scopus, Dimensions, Web of Science, and OpenCitations' COCI: A comparative analysis of academic search engines. *Scientometrics, 126*(1), 871-906. https://doi.org/10.1007/s11192-020-03690-4

McKenzie, B. (2022). Time to mend: rewilding museums. *Museums & Social Issues, 16*(1), 17-26. https://doi.org/10.1080/15596893.2022.2055961

Mongeon, P., & Paul-Hus, A. (2016). The journal coverage of Web of Science and Scopus: A comparative analysis. *Scientometrics*, 106(1), 213-228. https://doi.org/10.1007/s11192-015-1765-5

Monteagudo-Fernández, J., & Gómez-Carrasco, C. J. (2021). Heritage education and research in museums. Conceptual, intellectual and social structure within a knowledge domain (2000-2019). *Sustainability, 13*(12), 6667. https://www.mdpi.com/2071-1050/13/12/6667

Moral-Muñoz, J. A., Herrera-Viedma, E., Santisteban-Espejo, A., & Cobo, M. J. (2020). Software tools for conducting bibliometric analysis in science: An up-to-date review. *El Profesional de la Información, 29*(1), e290103. https://doi.org/10.3145/epi.2020.ene.03

Newell, J., Robin, L., & Wehner, K. (2017). *Curating the Future: Museums, Communities and Climate Change*. Routledge Environmental Humani.

Pachter, L., & Moses, L. (2022). Museum of spatial transcriptomics. *Nature Methods, 19*(5), 488-490. https://doi.org/10.1038/s41592-022-01409-2

Parry, R. (2010). *Museums in a digital age*. Routledge.

Puspasari, S., Siradjuddin, I., Ade, M., Rahman, F., & Haversyalapa, D. (2023). IoT and AI-driven conceptual model of museum ecosystem. *2023 International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI)*. https://doi.org/10.1109/ICEEI59426.2023.10346949

Price, C. A., & Applebaum, L. (2022). Measuring a sense of belonging at museums and science centers. *Curator: The Museum Journal, 65*(1), 78-98. https://doi.org/10.1111/cura.12454

Rancière, J. (2008). *El espectador emancipado* (1.ª ed.). Manantial.

Rhee, B.-A., Pianzola, F., & Choi, G.-T. (2021). Analyzing the museum experience through the lens of online reviews. *Curator: The Museum Journal, 64*(4), 673-692. https://doi.org/10.1111/cura.12414

Rychnova, L., Maturkanic, P., & Novakova, K. (2022). Open-air museums—The future of the presentation of rural monuments? *Heritage*, 5(1), 112-127. https://doi.org/10.46284/mkd.2022.10.1.1

Sandell, R. (2017). *Museums, Moralities and Human Rights*. Museum Meanings.

Shokida, N. S., Kozlowski, D., & Larivière, V. (2024). Delineating Feminist Studies through bibliometric analysis. *arXiv (Cornell University)*. https://doi.org/10.48550/arxiv.2411.18306

Simon, N. (2010). *The participatory museum*. Museum 2.0. https://www.participatorymuseum.org/

Singh, V.K., Banshal, S.K., Singhal, K. *et al.* (2015) Scientometric mapping of research on 'Big Data'. *Scientometrics* 105, 727-741. https://doi.org/10.1007/s11192-015-1729-9

Siri, A. (2024). *Emerging trends and future directions in artificial intelligence for museums: A comprehensive bibliometric analysis based on Scopus (1983-2024). Geopolitical, Social Security and Freedom Journal*. https://doi.org/10.2478/gssfj-2024-0002

Sykes, R. (2020). Andrea Fraser and the psychoanalytic character of critique: From normotic performance to a space of play. *Konsthistorisk tidskrift/Journal of Art History, 89*(2), 79-99. https://doi.org/10.1080/00233609.2020.1779807

Tate Britain. (2017). *Queer British Art 1861-1967*. Exhibition guide. Tate. https://www.tate.org.uk/art/queer-british-art-1861-1967

Thomson, L., Lockyer, B., Camic, P., & Chatterjee, H. (2018). Effects of a museum-based social prescription intervention on quantitative measures of psychological wellbeing in older adults. *Perspectives in Public Health, 138*(1), 28-38. https://doi.org/10.1177/1757913917737563

Tymoszuk, U., Spiro, N., Perkins, R., & Fancourt, D. (2021). Arts engagement trends in the United Kingdom and their mental and social wellbeing implications: HEartS Survey. *PLOS ONE, 16*(2), e0246078. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246078

UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education*. https://doi.org/10.54675/ASRB4722

Wang, Q., Yang, Z., Yang, Y., Long, C., & Li, H. (2014). A bibliometric analysis of research on the risk of engineering nanomaterials during 1999-2012. *The Science Of The Total Environment*, *473-474*, 483-489. https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2013.12.066

Warren, S. (2025). Rethinking museum geographies: Towards restitution and a relational ethics of care in legacies of colonialism. *Geography Compass*. https://doi.org/10.1111/gec3.70014

Waterton, E., & Watson, S. (2013). Framing theory: towards a critical imagination in heritage studies. *International Journal Of Heritage Studies*, *19*(6), 546-561. https://doi.org/10.1080/13527258.2013.779295

Zhang, Y., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2022). Investigating the impact of smart tourism technologies on tourists' experiences. *Sustainability*, *14*(5), 3048. https://doi.org/10.3390/su14053048

Zhou, J., Lin, Y., & Huang, T. (2024). Psychological anxiety intervention for young audiences: Effectiveness evaluation of art museums. *International Journal of Mental Health Promotion.* https://doi.org/10.32604/ijmhp.2023.045203

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods, 18*(3), 429-472. https://doi.org/10.1177/1094428114562629

UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA ANALIZAR EL ENGAGEMENT DIGITAL DE LAS COFRADÍAS ANDALUZAS

Francisco J. Cristófol
Universidad Internacional de La Rioja

Diego Berraquero-Rodríguez
Escuela Universitaria de Osuna - Centro Adscrito a la Universidad de Sevilla

Álvaro Ramos-Ruiz
Universidad Loyola Andalucía

1. Introducción

La creciente y ya consolidada presencia de las cofradías andaluzas en el entorno digital, especialmente en redes sociales, subraya la necesidad imperante de herramientas analíticas específicas. Estas herramientas son cruciales para evaluar la efectividad de su comunicación y las estrategias de marketing cofrade, que buscan no solo difundir información, sino también transmitir valores, patrimonio y fomentar la participación comunitaria. Esta propuesta se centra, por tanto, en el desarrollo y validación de un marco metodológico robusto para el análisis del engagement online generado por dichas instituciones en sus plataformas digitales.

Actualmente, las metodologías genéricas de medición de engagement digital, si bien útiles en contextos comerciales, a menudo no logran capturar ni adaptarse a las particularidades, la idiosincrasia y los objetivos comunicacionales multidimensionales (evangelizadores, culturales, sociales) de las hermandades y cofradías. El marketing cofrade enfrenta el desafío de construir una «marca» que resuene con la tradición y la fe, al tiempo que utiliza lenguajes contemporáneos. Por ello, el objetivo principal de esta investigación es adaptar y validar un conjunto de técnicas y métricas cuantitativas para el análisis del rendimiento de sus perfiles en redes sociales (prioritariamente el ecosistema Meta y X). Se emplearán las estadísticas nativas y herramientas especializadas como Fanpage Karma, buscando interpretar los datos desde la perspectiva singular del sector cofrade.

La aplicación sistemática de esta metodología permitirá identificar parámetros e indicadores clave (KPIs cofrades), que sirvan de base para la toma de decisiones estratégicas informadas en la planificación de su comunicación de «marca cofrade». Esto incluye la optimización de contenidos, la segmentación de audiencias y la evaluación del impacto de campañas específicas. Como resultado fundamental, se busca establecer un modelo analítico estandarizado y transferible. Dicho modelo no solo poseerá una notable utilidad como material docente para la profesionalización y formación en gestión de la comunicación de entidades de esta naturaleza, sino que también se concibe como una herramienta práctica, accesible y directamente aplicable por las propias cofradías para potenciar su presencia digital,

2. Marco teórico

La presencia de las cofradías en el entorno digital ha sido un tema de creciente interés en los últimos años, especialmente a raíz de la pandemia de COVID-19, que impulsó la digitalización de numerosas instituciones religiosas. La Semana Santa en Andalucía, una de las manifestaciones culturales y religiosas más importantes del sur de España, ha sido un claro ejemplo de esta evolución (Cànoves y Blanco, 2011). Las hermandades han reconocido la importancia de las redes sociales como herramientas para la difusión de información, la promoción y el marketing (Becerra-Fernández y Díaz-Cuevas, 2022). Estas plataformas no solo facilitan la promoción de eventos y procesiones, sino que también permiten una interacción directa con los devotos, fomentando una mayor participación y visibilidad (Cancelo et al., 2015), e incluso contribuyendo a la internacionalización de la Semana Santa (Cano, 2020).

La Iglesia Católica ha respaldado el uso de las redes sociales como un medio para construir una comunicación bidireccional más efectiva y atraer a las generaciones más jóvenes (Cancelo et al., 2015). El turismo religioso también se ha beneficiado de esta digitalización, con un aumento significativo de visitantes atraídos por la riqueza cultural y patrimonial de los eventos cofrades difundidos a través de plataformas digitales (Millán y Pérez, 2017). Por ejemplo, la Romería del Rocío, una de las peregrinaciones más importantes de España (Plasquy, 2007), particularmente en Andalucía (Villa, 2006), ha experimentado un notable incremento en el compromiso digital, especialmente en años sin restricciones, lo que resalta la relevan-

cia de las plataformas digitales para mantener la cohesión y la devoción (Cristòfol, 2024). El estudio de Cristòfol (2024) sobre El Rocío demostró cómo las interacciones digitales aumentaron significativamente en los años de celebración presencial (2022 y 2023) en comparación con los años de suspensión por la pandemia (2020 y 2021).

Sin embargo, a pesar de los avances, persisten desafíos. Muchas hermandades han adoptado una presencia digital sin una estrategia clara, lo que limita su efectividad y su capacidad para generar una interacción significativa con los fieles, un fenómeno conocido como el «efecto estar» (Cristòfol et al., 2023). Esto subraya la necesidad de un enfoque más estratégico y profesionalizado en el uso de las redes sociales para maximizar su impacto (Cartes Barroso, 2016).

El componente pedagógico de la Semana Santa también se ha visto amplificado por las redes sociales, permitiendo una mayor difusión del valor educativo de las esculturas procesionales y su contexto histórico y artístico (Fernández, 2018). Además, estas plataformas han sido cruciales para compartir información en tiempo real, como las condiciones meteorológicas (Soriano y Pajares, 2016), lo que es vital para un evento tan dependiente del clima. El streaming de eventos religiosos en plataformas como YouTube (Fernández y Sánchez, 2018) ha permitido que la Semana Santa trascienda las limitaciones físicas, llegando a audiencias que no pueden asistir en persona, fomentando una mayor inclusión y participación (Fernández y Sánchez, 2018). La pandemia de COVID-19 aceleró este proceso (Navarro, 2020), obligando a las cofradías a explorar nuevas formas de mantener viva la devoción y la cultura religiosa (Rodrigues et al., 2021). Es crucial que estas instituciones continúen adaptándose y aprovechando las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales para fortalecer su papel en la sociedad y en la cultura popular andaluza.

3. Metodología

La propuesta metodológica para analizar el engagement digital de las cofradías andaluzas se basa en la adaptación y validación de técnicas y métricas cuantitativas para el análisis del rendimiento de sus perfiles en redes sociales. Esta metodología se enfoca en el ecosistema Meta (Facebook e Instagram) y X (anteriormente Twitter), así como en YouTube, plataformas que han demostrado ser prioritarias para la comunicación cofrade.

Se emplearán las estadísticas nativas de cada plataforma, complementadas con herramientas especializadas como Fanpage Karma. Fanpage Karma es una herramienta de análisis y gestión de redes sociales que permite monitorear, analizar y mejorar la presencia y el desempeño en estas plataformas. Ofrece funcionalidades como el análisis de perfiles, la comparación con competidores, la medición de la interacción y el compromiso de la audiencia, y la optimización de la estrategia de contenido. Sus capacidades de proporcionar análisis detallados y métricas en tiempo real son cruciales para entender el comportamiento de la audiencia y la efectividad de las publicaciones, incluyendo datos sobre alcance, impresiones y tasa de interacción (KPIs).

La recopilación de datos se centrará en el número de reacciones, comentarios y compartidos, ya que, según Fanpage Karma, la suma de estas interacciones públicas (me gusta, corazones, reacciones, comentarios, pines, compartir, etc.) de todas las publicaciones en un período seleccionado es una métrica clave para medir la interacción y la visibilidad orgánica. Al interpretar estos datos desde la perspectiva singular del sector cofrade, se busca identificar parámetros e indicadores clave (KPIs cofrades) que sirvan de base para la toma de decisiones estratégicas informadas en la planificación de su comunicación de «marca cofrade». Esto incluye la optimización de contenidos, la segmentación de audiencias y la evaluación del impacto de campañas específicas.

Para complementar el análisis cuantitativo, se considera la inclusión de una entrevista en profundidad. Este método cualitativo permite explorar las percepciones, experiencias, actitudes, creencias, valores y comportamientos de los responsables de la comunicación de las hermandades, ofreciendo una comprensión profunda de los fenómenos estudiados desde su perspectiva. Las entrevistas, que pueden ser semi-estructuradas o no estructuradas, facilitan una conversación flexible y la emergencia de temas relevantes que no se habían considerado previamente. Esto enriquecerá el análisis al proporcionar insights

4. Propuesta de metodología

La metodología propuesta para el análisis del engagement digital de las cofradías andaluzas se inspira en el estudio realizado por Cristòfol (2024) sobre la Romería de El Rocío, adaptando sus enfoques y herramientas al contexto general de las cofradías andaluzas. Este enfoque busca establecer

un modelo analítico estandarizado y transferible, de notable utilidad como material docente para la profesionalización y formación en gestión de la comunicación de estas entidades, así como una herramienta práctica y accesible para potenciar su presencia digital.

4.1. **Selección de perfiles y periodo de estudio**

En primer lugar, se plantea la selección de perfiles y periodo de estudio. En este paso se identificarán y seleccionarán las cuentas oficiales de un grupo representativo de cofradías andaluzas en las principales redes sociales: Facebook, Instagram, X (anteriormente Twitter) y YouTube. La elección de estas plataformas se justifica por su consolidada presencia en el entorno digital de las cofradías y hermandades, así como por ser las plataformas prioritarias analizadas en estudios de referencia sobre la comunicación cofrade digital.

El período de estudio se delimitará considerando momentos clave del calendario cofrade (Semana Santa, festividades locales, etc.), así como períodos de actividad ordinaria, para permitir una comparación entre picos de engagement y la interacción habitual. Esta diferenciación es crucial para comprender cómo la audiencia interactúa en distintas circunstancias, desde periodos de celebración hasta aquellos con restricciones, como las vividas durante la pandemia de COVID-19. En el caso del estudio de El Rocío, se analizaron los periodos de la romería de los años 2020, 2021, 2022 y 2023, diferenciando entre años con y sin celebración presencial, lo que permitió identificar incrementos significativos en el compromiso digital cuando las actividades presenciales se retomaron.

4.2. **Recopilación de datos cuantitativos**

Para la recopilación de datos cuantitativos, se recomienda la herramienta especializada Fanpage Karma para obtener los datos de las publicaciones en los perfiles seleccionados. Fanpage Karma es una herramienta en línea de análisis y gestión de redes sociales que permite monitorear, analizar y mejorar el desempeño y la presencia en estas plataformas. Ofrece una amplia gama de funcionalidades que incluyen el análisis de perfiles en diversas redes sociales, la comparación con competidores, la medición de la interacción y el compromiso de la audiencia, así como la optimización de la estrategia de contenido. Una de sus características distintivas es su capacidad para proporcionar análisis detallados y métricas en tiempo real,

incluyendo datos sobre alcance, impresiones y tasa de interacción, lo que es crucial para entender el comportamiento de la audiencia y la efectividad de las publicaciones.

Para cada período y red social, se descargarán las publicaciones que generen un mayor número de interacciones (por ejemplo, el Top 100 de publicaciones ordenadas según el número de reacciones, comentarios y compartidos, como se hizo en el estudio de El Rocío). Las métricas de interacción a recopilar incluirán reacciones (me gusta, me encanta, etc.), comentarios y compartidos. Fanpage Karma suma estas interacciones públicas para mostrar el nivel de compromiso de la audiencia y su visibilidad. Este cálculo es vital para comparar el rendimiento entre diferentes perfiles y periodos, ya que solo se consideran interacciones accesibles al público.

4.3. **Análisis cuantitativo de las interacciones**

El tercer paso es el análisis cuantitativo de las interacciones, donde se desglosarán los datos recopilados para extraer insights significativos. Se analizarán los siguientes elementos:

- Distribución de publicaciones por red social y año: Se clasificará el número de publicaciones por cada red social y por año para identificar patrones de actividad y el peso relativo de cada plataforma en la estrategia de comunicación digital de las cofradías. Estos datos iniciales proporcionan un panorama general de la actividad digital de las cofradías.
- Promedio de interacciones por red social: Se calculará el promedio de reacciones, comentarios y compartidos para cada red social a lo largo del período estudiado. Estos datos ayudarán a comprender qué plataformas generan mayor engagement en el ámbito cofrade, identificando dónde la audiencia se muestra más activa. Este contraste es fundamental para entender la efectividad del contenido en cada plataforma.
- Promedio de interacciones por período/eventos cofrades: Se analizará el promedio de interacciones por cada período de estudio o evento cofrade relevante (por ejemplo, Semana Santa, Romería, fiestas patronales), comparando la evolución del engagement a lo largo del tiempo. Esta comparación será crucial para entender el impacto de eventos específicos (como la Semana Santa presencial

vs. virtual) en el engagement digital y la adaptabilidad de las cofradías. Este análisis permitirá ver cómo las restricciones afectaron la interacción y cómo la vuelta a la presencialidad dinamiza el engagement online.

4.4. **Análisis cualitativo: Entrevista en profundidad**

Por otro lado, se recomienda también incluir, al menos, una entrevista en profundidad para complementar el análisis cuantitativo y ofrecer una perspectiva más rica y contextualizada. Este método, una técnica cualitativa de recopilación de datos, consiste en conversaciones intensivas y detalladas entre el investigador y el participante. Permite explorar en profundidad las percepciones, experiencias, actitudes, creencias, valores y comportamientos del individuo sobre un tema específico, ofreciendo una comprensión profunda de los fenómenos estudiados desde la perspectiva de los participantes.

La entrevista en profundidad con los responsables de comunicación de las cofradías seleccionadas, o con expertos en marketing y comunicación cofrade, proveerá de información de calidad. Este tipo de entrevista, que puede ser semi-estructurada o no estructurada, permite una conversación flexible y la emergencia de temas relevantes que no se habían considerado previamente por el investigador. Esto es especialmente útil para comprender las experiencias humanas y las interpretaciones subjetivas en el contexto cofrade, permitiendo el desarrollo de teorías, informar prácticas o generar recomendaciones basadas en perspectivas auténticas.

El cuestionario de la entrevista se basará en los objetivos de la investigación y buscará complementar el análisis cuantitativo con elementos como la evolución del volumen y naturaleza de las interacciones, la comparación de interacciones entre años con y sin eventos presenciales, y la estrategia de comunicación y proyección a futuro de la hermandad.

4.5. **Interpretación y triangulación de datos**

Por último, la interpretación y triangulación de datos. Los datos cuantitativos y cualitativos se triangularán para obtener una visión integral y robusta del engagement digital. Este proceso permitirá identificar convergencias y discrepancias entre lo que revelan las métricas y lo que perciben los responsables de la comunicación, mejorando así la validez y fiabilidad del estudio.

La interpretación de los datos se realizará desde la perspectiva singular del sector cofrade, considerando sus objetivos comunicacionales multidimensionales (evangelizadores, culturales o sociales). Es fundamental que el análisis no se limite a métricas comerciales genéricas, sino que se adapte a las particularidades, la idiosincrasia y los complejos objetivos de las hermandades y cofradías.

5. Discusión

La propuesta metodológica se basa en la premisa de que las cofradías andaluzas necesitan herramientas analíticas específicas para evaluar la efectividad de su comunicación digital, dado que las metodologías genéricas no logran capturar la idiosincrasia y los objetivos multidimensionales de estas instituciones. La adaptación de técnicas y métricas cuantitativas, junto con herramientas especializadas como Fanpage Karma, permitirá una comprensión más profunda del engagement online, lo que es crucial para el marketing cofrade que busca construir una «marca» que resuene con la tradición y la fe (Cristòfol et al., 2025).

El análisis de estudios existentes, como la revisión sistemática de Cristòfol, Berraquero-Rodríguez y Cruz Ruiz (2025) sobre las hermandades de Semana Santa y el marketing en redes sociales, revela que si bien las redes sociales ofrecen beneficios para potenciar la relación y la experiencia de los fieles con las hermandades, aún queda un camino por recorrer para aprovechar plenamente su potencial en términos de interacción y visibilidad efectiva (Cristòfol et al. 2025). Se ha observado que, a pesar de una creciente actividad en plataformas como Twitter, esta no siempre se traduce en una mayor interacción con el público (Cristòfol et al., 2023). La pandemia de COVID-19, sin embargo, actuó como un catalizador (Cristòfol et al., 2025), impulsando a las hermandades a intensificar su presencia digital y a explorar nuevas formas de mantener el vínculo con la comunidad a través de contenido atractivo, como videos musicales y transmisiones en vivo (Navarro, 2020).

El caso de la Hermandad de la Macarena en Sevilla, analizado a través del modelo de las cinco fuerzas de Porter (1982), ejemplifica cómo una institución religiosa puede adaptarse a los desafíos contemporáneos combinando tradición e innovación. Su gestión profesional, liderazgo y estrategias de comunicación, que fortalecen la fidelidad de hermanos y devotos, la han

consolidado como un referente de excelencia y sostenibilidad, convirtiéndola en un símbolo de identidad cultural. La Macarena ha trascendido su función religiosa para convertirse en un referente cultural, social y económico (Berraquero-Rodríguez y Cristòfol, 2025), utilizando las redes sociales y plataformas digitales para fortalecer su comunicación y establecer una comunidad de marca (Cristòfol, 2024, Carreras, 2012).

El éxito de la Hermandad de la Macarena en su adaptación al entorno digital se alinea con la necesidad de una gestión estratégica en la comunicación de las cofradías. La diversificación de sus ingresos (Hermandad de la Macarena, 2022), el uso de herramientas digitales para llegar a un público más amplio (Cristòfol, 2024) y su compromiso con la sostenibilidad (Hermandad de la Macarena, 2024) son ejemplos de cómo la aplicación de modelos empresariales puede potenciar el impacto de estas instituciones. La adopción de nuevas tecnologías y la profesionalización de la comunicación son elementos clave para que las cofradías mantengan su relevancia y fortalezcan los lazos con sus comunidades en el competitivo ecosistema online.

6. Conclusiones

La creciente digitalización de las cofradías andaluzas ha puesto de manifiesto la necesidad imperante de herramientas analíticas específicas para evaluar su engagement digital. Las metodologías genéricas de medición de engagement digital, si bien útiles en otros contextos, a menudo no logran adaptarse a las particularidades y a los objetivos comunicacionales multidimensionales de las hermandades y cofradías.

Esta propuesta metodológica busca subsanar esta carencia al adaptar y validar un conjunto de técnicas y métricas cuantitativas para el análisis del rendimiento de los perfiles de las cofradías en redes sociales, priorizando el ecosistema Meta y X, y utilizando herramientas especializadas como Fanpage Karma. La aplicación sistemática de esta metodología permitirá identificar parámetros e indicadores clave (KPIs cofrades) para la toma de decisiones estratégicas informadas en la planificación de su comunicación de «marca cofrade», incluyendo la optimización de contenidos, la segmentación de audiencias y la evaluación del impacto de campañas específicas.

En línea con estudios previos, se reconoce que la pandemia de COVID-19 aceleró significativamente el proceso de digitalización en el ámbito cofrade (Cristòfol et al., 2023), impulsando el uso de redes sociales como herra-

mientas de marketing y visibilidad. Aunque se ha observado un aumento en la interacción digital, especialmente con el retorno de las celebraciones presenciales (Cristòfol, 2024), aún existen desafíos en la consecución de un engagement efectivo y en la implementación de estrategias digitales claras y definidas.

El establecimiento de un modelo analítico estandarizado y transferible, como resultado fundamental de esta investigación, no solo contribuirá a la profesionalización y formación en gestión de la comunicación de estas entidades, sino que también se concebirá como una herramienta práctica y accesible para las propias cofradías. Esto les permitirá potenciar su presencia digital, fortalecer los lazos con sus comunidades y asegurar que su mensaje trascienda eficazmente en el competitivo ecosistema online.

A futuro, la investigación podría beneficiarse de la exploración del impacto de plataformas emergentes como TikTok, y de un análisis más profundo de la interacción entre el contenido generado por los usuarios y la «marca cofrade». La evaluación de métricas de interacción y el desarrollo de modelos de comunicación digital más efectivos serán cruciales para maximizar el posicionamiento y el alcance de los mensajes de las hermandades en el entorno digital..

7. Referencias

Becerra-Fernández, D., y Díaz-Cuevas, P. (2022). Redes Sociales geolocalizadas para la caracterización y valoración del espacio público: las plazas del distrito casco Antiguo de la ciudad de Sevilla. *Internacional Humanities Review*, *15*(7), 1-26.

Berraquero-Rodríguez, D., y Cristòfol, F. J. (2025). La Macarena bajo la lupa estratégica: Gestión cofrade con las 5 fuerzas de Porter. *CDIG Cultura Digital*, *3*(1), e202501. https://doi.org/10.23882/cdig.25156

Cànoves, G., y Blanco, A. (2011). Turismo religioso en España: ¿la gallina de los huevos de oro? Una vieja tradición, versus un turismo emergente. *Cuadernos de Turismo*, *(27)*, 115-131. https://revistas.um.es/turismo/article/view/139791

Cancelo, M., Rebeil, M. A., y Gabino, M. A. (2015). La comunicación institucional de la Iglesia Católica a través de las redes sociales. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, *5*(9), 111-130. https://doi.org/10.5783/RIRP-9-2015-07-111-130

Cano, R. (2020). La Semana Santa de Jerez en el entorno digital: Las Redes Sociales como herramienta para la declaración del interés turístico internacional. En F. J. Ruiz del Olmo y J. Bustos Díaz (Eds.),

Comunicación y consumo mediático en redes sociales y comunidades virtuales (pp. 85-108). Egregius Ediciones. http://hdl.handle.net/10498/31105

Carreras, M. del V. (2012). La implantación de las redes sociales en el mundo cofrade. El caso de las hermandades de penitencia de Sevilla. En K. M. Ayerdi y A. L. Urreta (Eds.), *IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y web 2.0* (pp. 1-17). Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. http://hdl.handle.net/10810/41327

Cartes Barroso, M. J. (2016). *Perfil, formación y horizontes del informador cofrade*. Dykinson.

Cristòfol, F. J. (2024). La romería de El Rocío: análisis del engagement 2020-2023. *European Public y Social Innovation Review*, *9*, 1-14. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1515

Cristòfol, F. J., Berraquero-Rodríguez, D., y Cruz Ruiz, E. (2025). Las hermandades de Semana Santa y el marketing en redes sociales: una revisión sistemática. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, *158*, 1-20. https://doi.org/10.15178/va.2025.158.e1583

Cristòfol, F. J., Segarra-Saavedra, J., y Cristófol-Rodríguez, C. (2023). Uso de Twitter y repercusión en medios de comunicación de la Semana Santa andaluza ante la suspensión de las procesiones provocada por el COVID-19. *Ámbitos*, *62*, 143-160. https://doi.org/10.12795/ambitos.2023.162.08

DiCicco-Bloom, B., y Crabtree, B. F. (2006). The qualitative research interview. *Medical Education*, *40*(4), 314-321. https://doi.org/10.1111/j.1365-2929.2006.02418.x

Eppich, W. J., Gormley, G. J., y Teunissen, P. W. (2019). Twelve tips for effective qualitative interviewing in health professions education research. *Medical Teacher*, *41*(9), 1018-1023. https://doi.org/10.1080/0142159X.2019.1578132

Fernández, A. R. (2018). *Didáctica de la Semana Santa. Pedagogías para la colectividad*. Editorial Universitaria Abya-Yala.

Fernández Paradas, A. R., y Sánchez Guzmán, R. (2018). La revolución YouTube y su influencia en la construcción de las indentidades locales por medio de la Semana Santa. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, *23*(1), 53-67. https://doi.org/10.35742/rcci.2018.23(1).53-67

Millán Vázquez de la Torre, G., y Pérez, L. M. (2017). El turismo religioso en distintas zonas geográficas de España: características de los turistas. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, *75*. https://doi.org/10.21138/bage.2491

Navarro, E. (2020). Del altar al streaming: la explosión de eventos religiosos en redes sociales en tiempos de COVID-19. *Question*, *2*(66). https://doi.org/10.24215/16696581e496

Plasquy, E. (2007). «¡El salto a las 02.45!»: ¿Un ritual establecido o atemporal? Cambios rituales durante el inicio de la procesión en honor a la Virgen del Rocío. *Anduli*, *6*(133), 133-146.

Porter, M. (1982). *Estrategia competitiva*. México: C.E.C.S.A.

Rodrigues, A., Zuque da Fonseca, G., y Alves dos Santos, R. A. (2021). ¿Semana Santa en línea? Modos de presencia de la Igle-

sia Católica en la pandemia. *E C*, *31*, 101-112. https://mimesisjournals.com/ojs/index.php/ec/article/view/1411

Soriano, J. D., y Pajares, D. (2016). Meteorología, servicio público y redes sociales: La Semana Santa de Sevilla. *Acta XXXIV Jornadas Científicas de la Asociación Meteorológica Española*. https://pub.ame-web.org/index.php/JRD/article/view/1951

Villa Díaz, Á. (2006). El Rocío y el turismo de peregrinación. *Cuadernos de Turismo*, *18*, 151-174. https://revistas.um.es/turismo/article/view/17031

Wright, L. K. (1996). Interviewing: A case study. *Journal of Advanced Nursing*, *24*(5), 896-902. https://doi.org/10.1111/j.1365-2640.1996.tb02685.x

LA FUNCIÓN DEL DIRECTOR ESCOLAR EN LA COMUNICACIÓN CON LAS FAMILIAS. PROPUESTA DE MEJORA PARA CENTROS EDUCATIVOS

Patricia de Julián Latorre
Universidad Internacional de la Rioja

1. Introducción

En la actualidad, cualquier empresa u organización humana necesita comunicar (Capriotti, 2021; Grajales-Montoya *et al.*, 2021), esto incluye a los centros educativos. Aunque sus directivos y profesores no sepan de comunicación, en un colegio todo y todos comunican. Pueden hacerlo bien, con acierto, de forma continua, con un propósito, un plan que ayude a mostrar los valores y la misión del colegio, o pueden hacerlo de forma inconsciente e incontrolada (Carnicero, 2005). Las consecuencias de una u otra comunicación son distintas y de ellas puede depender la supervivencia del colegio (de Julián-Latorre, 2024a).

Uno de los públicos internos que más debe cuidar un colegio en su comunicación, son las familias, actores principales en la educación de los alumnos (Belmonte *et al.*, 2020). A pesar de que tanto la legislación española como la europea reconocen y protegen el derecho de las familias a participar activamente en la vida escolar de sus hijos, la realidad muestra que la comunicación entre escuela y familia —considerada un «elemento clave» en esta relación (Macià, 2019, p. 148)— continúa siendo, en muchas ocasiones, insatisfactoria (Rivas y Ugarte, 2014). Esta deficiencia comunicativa ha llevado a los centros educativos, en los últimos años, a redoblar esfuerzos por optimizar su comunicación corporativa y fortalecer los vínculos con sus distintos públicos, especialmente con las familias. Esta mejora no solo tiene un impacto positivo en el rendimiento académico del alumnado, sino que también contribuye a construir una imagen institucional sólida, diferenciadora y capaz de atraer nuevas familias (Macià, 2019).

En un escenario marcado por una alarmante caída de la natalidad, estas acciones comunicativas adquieren una relevancia aún mayor. Según el Informe 2024 sobre el estado del sistema educativo (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024), apenas el 3,7 % de la población española tiene entre cero y cuatro años (p. 41), lo que indica una pirámide poblacional invertida y una constante disminución de la población en edad escolar. Esta tendencia se mantendrá en las próximas décadas: se estima que, para 2037, habrá 570.000 menores de 16 años menos que en 2023, lo que supone una reducción del 8,1 % en este segmento (Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes, 2024, p. 44).

En este contexto de competencia creciente y demografía adversa, la comunicación se convierte en una herramienta estratégica indispensable para cualquier institución educativa. Tal como afirma Carnicero (2005), «las peculiaridades de las instituciones escolares, las identifica como organizaciones sociales que necesitan desarrollar un elevado nivel de comunicación e información» (p. 20). Aunque no siempre cuenten con profesionales especializados, cada acción en un centro comunica: desde la puntualidad hasta el tono de voz o los gestos del personal. Por ello, la comunicación institucional no puede dejarse al azar; debe ser planificada, deliberada y alineada con los objetivos del colegio (Gregory y Willis, 2019). Sin embargo, la literatura científica sobre la comunicación en centros escolares, y más específicamente sobre la relación comunicativa entre colegio y familia, aún es escasa.

La comunicación no debe entenderse como una tarea secundaria o accesoria dentro de la gestión escolar, sino como una función estratégica que atraviesa todos los niveles de la organización (de Julián-Latorre, 2023). En este sentido, los directores de los centros educativos no solo deben ser conscientes del poder de la comunicación institucional, sino también asumir su liderazgo como los principales responsables de su diseño, planificación e implementación (Gamarra, 2024). De su visión, preparación y compromiso comunicativo depende en gran medida el éxito de la relación con las familias y, por extensión, la imagen y sostenibilidad del propio centro. Como advierte Carnicero (2005), «nadie participa en aquello que no conoce, o que no conoce suficientemente» (p. 20), por lo que el liderazgo comunicativo del director resulta clave para implicar a toda la comunidad escolar en una cultura de comunicación coherente, transparente y alineada con los valores e identidad del colegio. En tiempos donde la imagen institucional, la captación de alumnado y la fidelización de

las familias son factores decisivos, comunicar bien no es una opción, sino una necesidad estratégica y urgente (Cuenca-Fontbona, 2022).

Por tanto, la presente investigación persigue un doble objetivo: 1) realizar una revisión sistemática de la literatura científica (entre 2015 y 2025) para establecer un marco teórico sobre cómo realizan los colegios su comunicación con las familias y qué papel tienen en esta labor los directores de los centros educativo; y 2) diseñar una propuesta de buenas prácticas que todo director de un centro educativo debe tener en cuenta si quiere mejorar su comunicación con las familias.

2. Metodología

Para realizar la investigación se ha utilizado una metodología cualitativa: la revisión sistemática, con el objetivo de analizar la producción científica publicada en la última década (2015-2025) en torno a cuatro ejes temáticos fundamentales: la función directiva en el trato con las familias, el papel del director en la comunicación institucional, la comunicación colegio-familia, y el liderazgo educativo vinculado a la gestión de la comunicación escolar. Se ha seguido el protocolo PRISMA como guía metodológica que es útil y eficaz en investigaciones sociales (Rodríguez *et al.,* 2023).

Se han establecido los siguientes criterios de inclusión: artículos científicos revisados por pares, tesis doctorales o capítulos de libros académicos; publicaciones editadas entre los años 2015 y 2025; estudios escritos en español; investigaciones realizadas sobre centros escolares; trabajos que se refieran específicamente a alguno de los cuatro ejes incluidos en la investigación. Los criterios de exclusión han sido: trabajos sin aportación empírica o teórica relevante, artículos no accesibles en texto completo o cualquier escrito que no cumpla los criterios de inclusión.

La búsqueda bibliográfica se ha realizado entre el mes de mayo de 2025, en las siguientes bases de datos académicas: Scopus, Dialnet, Redalyc y Google Scholar, utilizando combinaciones booleanas de palabras clave en español: «director centro educativo» AND «comunicación con familias», «liderazgo educativo» AND «comunicación institucional», «liderazgo director centro educativo» AND «comunicación colegio-familia».

Para la revisión se han seguido varias fases: En la primera búsqueda se han obtenido un total de 376 documentos. Tras eliminar duplicados y aplicar los criterios de exclusión, se han seleccionado 89 textos. De todos

ellos se han evaluado los contenidos, metodología y relevancia temática de cada uno de ellos hasta llegar a un total de 22 estudios. Por último, se han leído y analizado cada uno de ellos extrayendo la información que se ha considerado relevante para elaborar el estado de la cuestión.

3. Estado de la cuestión

De todos los públicos con los que un colegio debe comunicarse, las familias es uno de los más importantes. Las familias son los usuarios de la institución educativa y el centro debe estar a su servicio para conseguir los objetivos que se proponen. Además, son los principales educadores de sus hijos, pero se apoyan en la escuela para esta importante labor (Parody *et al.*, 2019). Por ello, el primer derecho que tienen es el de ser informados convenientemente (Macià, 2019).

En los últimos años, la relación entre las familias y los centros educativos ha adquirido una creciente relevancia en el ámbito académico. Diversos estudios coinciden en que la implicación familiar tiene un impacto directo en el rendimiento académico y en el desarrollo integral del alumnado (Belmonte *et al.,* 2020). Esta cooperación refuerza valores, mejora la convivencia escolar y contribuye a construir un entorno educativo más saludable. Investigadores como Egido (2020), Garreta (2015) y Escalante (2019) destacan que una participación activa de las familias desde un enfoque integral es clave para el éxito escolar.

3.1. La comunicación colegio-familia: situación actual y desafíos

Aunque se reconoce la importancia de la colaboración familia-escuela, todavía son escasos los estudios que abordan la comunicación desde una perspectiva institucional o estratégica (Macià, 2019). De Julián-Latorre (2024a, 2024b) subraya que una buena política comunicativa es fundamental para afrontar desafíos como la disminución de matrículas o para posicionarse como un centro de referencia. Una comunicación eficaz fortalece la relación con las familias existentes y «favorece siempre que el colegio sea recomendado» (De Julián-Latorre, 2024b, p. 173).

Cada centro educativo responde a realidades socioculturales distintas. Por ello, no existe una fórmula única de comunicación. Tal como señala Macià (2019), cada institución requiere un plan de comunicación adaptado a su contexto. Egido (2020) identifica las carencias comunicativas como uno de los principales focos de conflicto entre escuelas y familias. Un área espe-

cialmente sensible es la relación con familias inmigrantes, quienes enfrentan barreras lingüísticas, diferencias culturales y desconocimiento del sistema educativo español. A pesar de ello, estas familias suelen depositar grandes expectativas en la escuela como vía de integración social.

Diversos estudios (Macià, 2019; Macià y Garreta, 2020; Parody *et al.*, 2019; Escalante, 2019; Guzón y González-Alonso, 2019) coinciden en señalar una serie de debilidades recurrentes en la relación entre las familias y el colegio, que los equipos directivos deben conocer para poder convertir en oportunidades de mejora. Entre las más destacadas se encuentran:

- Cambios en la estructura familiar, falta de tiempo y escasa identificación con el proyecto educativo del centro.
- Entrevistas y tutorías centradas solo en problemas, percibidas como una carga, sin facilitar la conciliación, ni la participación familiar.
- Uso ineficaz de la agenda escolar: falta de comentarios positivos, desconocimiento de su funcionamiento por parte de las familias o escasa revisión por estas.
- Reuniones grupales poco dinámicas, limitadas a la transmisión de información, repetitivas y con baja participación.
- Déficit de comunicación informal, especialmente en etapas superiores.
- Preferencia por canales tradicionales frente al uso de herramientas digitales más eficaces.
- Baja implicación y compromiso familiar en las actividades escolares, siendo las madres quienes participan con mayor frecuencia. Escasa asistencia de las familias a actividades de carácter formativo o pedagógico.
- Persistencia de la idea de que la educación es responsabilidad exclusiva de la escuela.
- Directores con poca presencia o disponibilidad en la relación con las familias.
- Profesorado sin formación en comunicación o reticente a establecer vínculos más cercanos con los padres.

Los centros educativos son conscientes de todas estas debilidades y están cada vez más comprometidas con mejorar esta relación. Egido y Bertrán (2017) afirman que una comunicación clara y cercana constituye la base de cualquier forma de participación significativa. En esta línea de mejora, Guzón y González-Alonso (2019, pp. 45-48) proponen cinco principios fundamentales para una comunicación eficaz entre familias y centros:

1. Claridad y transparencia, para establecer un clima de confianza.
2. Escucha activa, para comprender más allá de las palabras.
3. Interrogación empática, para interpretar la realidad del otro.
4. Reconocimiento de errores, como muestra de humildad y apertura.
5. Comunicación positiva, que valore logros sin omitir la crítica constructiva.

3.2. **Canales de comunicación con las familias**

La gestión de la comunicación debe adaptarse a los distintos grados de formalidad y necesidades informativas. Según Macià (2019), los canales se dividen en unidireccionales y bidireccionales. Otros autores, como Carnicero (2005) los clasifican en función de su uso y situación (formal o informal) o el modo de interacción (directo o digital). A continuación, se hace un listado de cada uno de ellos:

- Canales institucionales formales: circulares y paneles informativos, página web y blogs, *newsletters*, plataformas educativas, calendario del centro.
- Comunicación informal: entradas y salidas del colegio.
- Canales de interacción directa: agenda escolar, tutorías, reuniones generales, tablón de anuncios.
- Redes sociales y canales digitales: la transformación digital impulsada por la crisis sanitaria del Covid-19 reconfiguró de forma significativa los canales de comunicación entre los centros educativos y las familias. La incorporación de entornos virtuales y tecnologías digitales en el ámbito escolar no solo afectó a las metodologías de enseñanza, sino que también alteró los modos en que se establecen las relaciones con la comunidad educativa (Hernández *et al.,* 2017). Si bien la integración de las TIC está ampliamente extendida y es bien valorada tanto por las escuelas como por las familias, no está exenta de desafíos y limitaciones que aún persisten (Alonso *et al.,* 2024).
- En este contexto, se reafirma la idea de que la colaboración entre las familias y los centros constituye un pilar fundamental para garantizar una educación de calidad (Aierbe-Barandiaran *et al.,* 2023). Aunque existen múltiples formas de establecer esta comunicación, el contacto directo sigue siendo insustituible por su valor emocional y humano en el vínculo educativo. No obstante, los

acontecimientos recientes han demostrado que los recursos digitales pueden convertirse en herramientas necesarias, incluso prioritarias, en ciertos momentos. A pesar de sus ventajas en términos de inmediatez y accesibilidad, las tecnologías pueden provocar malentendidos o generar distancias relacionales si no se emplean con criterios pedagógicos y comunicativos adecuados.

- Por otro lado, la gestión de estos canales debe respetar la privacidad y estar alineada con los valores del centro (Llevod y Bernad, 2015).
- Actividades como herramientas comunicativas: en combinación con los canales, existen distintas herramientas que un centro escolar puede utilizar para reforzar la comunicación y relación con sus familias (Macià, 2019): celebraciones escolares (fiestas, festivales, graduaciones); actividades deportivas; acciones solidarias; charlas formativas; herramientas de evaluación y mejora continua (encuestas de satisfacción, buzón de sugerencias) y asociaciones de padres ofrecen una valiosa retroalimentación que puede orientar mejoras significativas.

La mejora de la comunicación entre centros escolares y familias constituye un reto complejo pero indispensable. Requiere superar barreras estructurales, replantear actitudes y diseñar estrategias adaptadas a cada realidad. Apostar por una comunicación clara, inclusiva y bidireccional es una condición esencial para fomentar la participación significativa de las familias y, en consecuencia, garantizar el éxito educativo del alumnado (Escalante, 2019).

3.3. **El papel del director en un centro educativo**

El liderazgo escolar es clave para mejorar la calidad educativa y el rendimiento del alumnado. Este liderazgo no solo implica una buena gestión, sino también la capacidad de motivar y generar compromiso en torno a objetivos comunes. Para ello, es fundamental que los directores gestionen eficazmente la comunicación, especialmente con las familias (Gamarra, 2024).

La comunicación de un centro educativo debe ser gestionada siempre de forma estratégica y profesional. Es el equipo directivo y, más concretamente, el director del colegio, el que debe tomar las riendas de la misma con liderazgo transformador y amplitud de miras. Debe contar con un director de comunicación que sea de su total confianza y que forme parte del equipo directivo, que sea especialista en comunicación y en el que pueda delegar y confiar (de Julián-Latorre, 2024b).

Un directivo de un centro educativo debe gestionar la comunicación con las familias de manera clara, eficiente y coherente, utilizando diferentes canales según el tipo de información y el grado de formalidad requerido. Incorporar a las familias en los procesos de decisión resulta fundamental para consolidar la relación entre el ámbito escolar y el entorno familiar. Es responsabilidad del equipo directivo asegurar que los canales de participación sean accesibles, equitativos y reflejen la pluralidad presente en la comunidad educativa. Asimismo, dar respuesta a las opiniones y sugerencias de los padres y madres permite ajustar y perfeccionar las estrategias pedagógicas de forma continua (Gamarra, 2024).

Importante es también su apoyo e influencia en el profesorado, que es quien se relaciona más directamente con las familias. Si se apoya su desarrollo profesional, se reconoce su labor, se asegura la permanencia de docentes altamente cualificados, y se le forma convenientemente en comunicación, mejorará el clima escolar y se garantizará una transmisión del ideario y los valores del centro y una mayor cercanía e implicación con las familias (Portilla *et al*., 2023).

Estudios como el de García-Segura *et al.* (2023) evidencian que los equipos directivos reconocen la relevancia de establecer una comunicación cuidada y profesional tanto con las familias como con el profesorado. No obstante, investigaciones como la de Julián-Latorre (2023) señalan que aún persisten carencias significativas en la formación específica de los directivos en este ámbito, así como una limitada asignación de recursos destinados a fortalecer la comunicación institucional.

Los directivos, por tanto, tienen un gran reto por delante en el ámbito de la comunicación colegio-familia. Por un lado, el de formar correctamente a los docentes y resto del personal para que utilicen todos los canales de forma eficaz y cada tutoría con padres transmita los valores del centro. En segundo lugar, conseguir generar confianza y cercanía con cada familia, potenciar actividades atractivas y formar una cultura de participación e implicación real de los padres en la vida del centro.

4. Buenas prácticas en la comunicación colegio-familia para directores escolares

Tal y como se ha visto anteriormente, el director de un colegio debe saber de gestión y de comunicación para, desde estos dos pilares, ejercer su liderazgo con todos los públicos. Por ello, después de estudiar cómo se está

llevando a cabo la comunicación familia-colegio en los centros educativos, desafíos y oportunidades que se les presentan, se incluye una lista de buenas prácticas que el director de un colegio puede tener en cuenta para que esta comunicación sea realmente eficaz y consiga los objetivos que persigue.

- Establecer objetivos y mensajes claros, y el uso adecuado de cada canal según el tipo de información y urgencia. Esto evita duplicidades y contradicciones. Ser impulsor de nuevas iniciativas y distribuir convenientemente las tareas.
- Tener en cuenta las características socioculturales y tecnológicas de las familias para elegir los medios y los canales más accesibles y efectivos.
- Mantener un tono coherente, respetuoso y claro en todos los canales. Usar lenguaje inclusivo y comprensible para evitar malentendidos.
- Establecer una periodicidad para *newsletters*, publicaciones en redes o blogs, y evitar saturar con mensajes innecesarios. La previsión mejora la organización y la percepción de profesionalidad. Si se envían demasiados mensajes a las familias se corre el riesgo de conseguir el efecto contrario y que pierdan efectividad.
- Cuidar la imagen institucional. Verificar ortografía, estética visual y calidad del contenido. Asegurar el cumplimiento de la ley de protección de datos en todo momento.
- Escuchar a las familias y potenciar una comunicación bidireccional: Facilitar canales de retroalimentación (encuestas, formularios, espacios de escucha activa) para conocer su opinión y ajustar la comunicación a sus necesidades.
- Revisar periódicamente la eficacia de los canales utilizados, del tono, los mensajes y su periodicidad, mediante indicadores (nivel de lectura, participación, respuesta) y hacer mejoras continuas.
- Implicar a los docentes en la comunicación y facilitarles formación práctica sobre el uso de los distintos canales. Acompañar a los docentes que tengan más dificultades tecnológicas.
- No sobrecargar a los docentes en otras tareas y darles el tiempo y la formación necesaria para poder atender a las familias que tienen encomendadas de forma eficaz, profesional y realista. Escucharlos y preguntarles para detectar cuáles son aquellas dificultades que están teniendo en su relación con las familias para poner solución y tomar medidas.

— Si se proponen reuniones, tutorías o charlas formativas a las familias, tener en cuenta qué pueden necesitar para acudir y facilitarles la asistencia. Cuidar el horario, darles la posibilidad de que si tienen hijos pequeños puedan quedarse en el colegio bajo el cuidado de algún monitor y haciendo actividades. Si la hora elegida se acerca a la comida, merienda o cena, plantearse ofrecer un piscolabis o animar a traer cada uno algo y compartir. Está demostrado que comer juntos genera una mejor atmósfera y refuerza el sentido de pertenencia.
— Posibilitar una toma de decisiones conjunta. Las políticas educativas de los centros deben garantizar la participación de las familias en la planificación, toma de decisiones, y supervisión de los proyectos educativos a través de su integración en las juntas y consejos o mediante la composición de grupos de trabajo.

Recordar, por tanto, que implicar a las familias en la educación de sus hijos y conseguir su participación en la vida del colegio, debe convertirse en uno de los principales objetivos de los centros educativos, generando un mayor compromiso de los padres y una mejora en el rendimiento escolar de los menores.

5. Conclusiones

La comunicación entre escuela y familia no puede ser improvisada. Debe entenderse como una tarea estratégica, transversal y profesional que atraviesa todos los niveles del centro educativo. Su impacto va mucho más allá del intercambio de información, afectando directamente la calidad del proceso educativo, la convivencia y la sostenibilidad institucional.

El liderazgo directivo es clave para transformar la cultura comunicativa del centro. No basta con que existan canales; es imprescindible que los directores asuman el liderazgo activo en su planificación, ejecución y evaluación. La implicación real del equipo directivo multiplica las oportunidades de generar confianza, compromiso y colaboración entre las familias.

Persisten importantes carencias en la formación de los equipos directivos en competencias comunicativas. La revisión sistemática evidencia una brecha entre la importancia teórica de la comunicación institucional y su desarrollo práctico en muchos centros. Es urgente diseñar políticas de formación continua para directivos en esta área.

La mejora en la comunicación es una responsabilidad compartida, pero debe ser liderada desde la dirección. Para que las familias participen de forma

real y significativa en la vida escolar, el centro debe generar condiciones de accesibilidad, respeto y escucha. Esto exige un liderazgo empático, capaz de integrar las voces de todos los actores y adaptarse a las distintas realidades sociales y tecnológicas.

Las buenas prácticas propuestas en esta investigación ofrecen un marco útil y aplicable. Constituyen una herramienta de mejora concreta para centros educativos que busquen fortalecer sus vínculos con las familias. Si se aplican con profesionalidad, estrategia y visión institucional, pueden ser de gran ayuda para mejorar la implicación de las familias en la vida del centro y las relaciones colegio-familia.

6. Referencias

Aierbe-Barandiaran, A., Bartau-Rojas, I., y Oregui-González, E. (2023). Implicación familiar y eficacia escolar en educación primaria. *Anales de Psicología,* 39(1), 51-61. https://doi.org/10.6018/analesps.469261

Alonso, J., Mulero, I, y Rodríguez, M. (2024). La comunicación familia-centro educativo mediante las TIC. *REIDOCREA*,13(05), 62-74. https://doi.org/10.30827/digibug.89263

Belmonte, ML, Bernárdez-Gómez, A, y Mehlecke, QT (2020). La relación familia-escuela como escenario de colaboración en la comunidad educativa. *Revista Valore*, 5, 5025. https://doi.org/10.22408/reva502020465e-5025

Capriotti, P. (2021). *DircomMAP. Dirección Estratégica de Comunicación.* Bidireccional.

Carnicero Duque, P. (2005). *La comunicación y gestión de la información en las instituciones educativas.* Praxis.

Cuenca-Fontbona, J., Compte-Pujol, M. y Zeler, I. (2022). La estrategia aplicada a las relaciones públicas en el medio digital: El caso español. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 163-182. https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1537

De Julián-Latorre, P. (2023). *La gestión de la comunicación corporativa en los colegios concertados católicos o de inspiración católica en Madrid capital*. (Tesis doctoral). Universidad San Pablo CEU. Madrid. http://hdl.handle.net/10637/14202

— (2024a). La gestión de la comunicación corporativa de los centros educativos concertados de Madrid tras el covid-19. La percepción de las familias. En *Áreas comunicativas sus nuevos retos.* Colección Universidad y lectura (pp. 165-174). Marcial Pons. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9957671

— (2024b). La incorporación del departamento de comunicación a los colegios concertados. La figura e importancia del dircom. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-535

Egido Gálvez, I. y Bertrán Tarrés, M. (2017). Prácticas de Colaboración Familia-Escuela en centros de éxito

de entornos desfavorecidos. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 29, pp. 97-110. https://www.redalyc.org/pdf/1350/135049901008.pdf

Egido Gálvez, I. (2020). La colaboración familia-escuela: revisión de una década de literatura empírica en España (2010-2019). *Bordón: Revista de pedagogía*, 72(3), 65-84. https://doi.org/10.13042/Bordon.2020.79394

Escalante Rodríguez, G. (2020). Estrategias de involucramiento y comunicación entre docentes y padres de familia: Un estudio de caso. *Tlamelaua: revista de ciencias sociales*, (48), 175-193. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7546114

Gamarra Huamanttica, J.C. (2024). Liderazgo directivo en la educación: Una revisión literaria. *Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*. Vol. 8, n.° 34, pp. 1897-1912 https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v8i34.841

García-Segura, S., Copé-Gil, D. y Gil-Pino, C. (2023). La comprensión y la mejora de los centros educativos a través del análisis de sus proyectos de dirección: el caso de Córdoba (España). *Revista Educación*, *47*(1), 277-295. https://dx.doi.org/10.15517/revedu.v47i1.51953

Garreta, J. (2015). La comunicación familia-escuela en Educación Infantil y Primaria. *Revista de la Asociación de Sociología de la Educación,* 8(1), 71 85. https://doi.org/10.7203/RASE.8.1.8762

Grajales-Montoya, N., Gómez-Bayona, L. y Coronado-Ríos, B. (2021). La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas. *Revista CEA*, v. 7, n. 13, e1684. https://doi.org/10.22430/24223182.1684

Gregory, A., y Willis, P. A. (2019). *Liderazgo estratégico y gestión de la comunicación.* EUNSA.

Guzón Nestar, J. L., y González-Alonso, F. (2019). La comunicación entre la familia y la escuela. *Papeles Salmantinos De educación*, (23), 31-54. https://doi.org/10.36576/summa.108386

Hernández, I. M., Cascales-Martínez, A. y Gomariz, M. A. (2017). Grupos de Whatsapp en familias de Educación Infantil y Primaria. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-RELATEC*, 16(2), 239-255. https://doi.org/10.17398/1695-288X.16.2.239

Llevot, N., y Bernad, O. (2015). La participación de las familias en la escuela: factores clave. *Revista de Sociología de la Educación-RASE*, *8*(1), 57-70. https://doi.org/10.7203/RASE.8.1.8761

Macià Bordalba, M. (2019). Principales canales para la comunicación familia-escuela: análisis de necesidades y propuestas de mejora. *Revista Complutense de Educación*, 30(1), 147-165. http://doi.org/10.5209/RCED.56034

— (2019). Principales canales para la comunicación familia-escuela: análisis de necesidades y propuestas de mejora. *Revista Complutense de Educación*. http://dx.doi.org/10.5209/RCED.56034

Macià, M. y Garreta, J. (2020). La comunicación familia-escuela: realidades, desafíos y nuevos rumbos. In Cárcamo,

H; Mora, ML. (Edit): *Familia, escuela y sociedad. Múltiples miradas para un fenómeno complejo.* Ediciones Universidad Bío-Bío. pp. 71-89. https://acortar.link/x6MrHY

Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes (2024). *Informe 2024 sobre el estado del sistema educativo. Curso 2022-2023*. Secretaría General Técnica. https://n9.cl/vqklq

Parody García, L. M., Santos Villalba, M. J., Alcalá del Olmo Fernández, M. J., y Isequilla Alarcón, E. (2019). El desafío educativo del siglo xxi: Relevancia de la cooperación entre familia y escuela. *Espiral. Cuadernos del profesorado*. Vol. 12, n.º 24, pp. 19-29. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6882603

Portilla García, S. Z., Diaz-Camacho, R. F., Romani Miranda, U. I. y Rivera Muñoz, J. L. (2023). Una revisión sistemática acerca del liderazgo directivo y el clima organizacional en los docentes escolares. *Chakiñan, Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, (20), 228-241. https://doi.org/10.37135/chk.002.20.13

Rivas Borrell, S., y Ugarte Artal, C. (2014). Formación docente y cultura participativa del centro educativo: claves para favorecer la participación familia-escuela. *Estudios Sobre Educación*, 27, 153-168. https://doi.org/10.15581/004.27.153-168

Rodríguez, J., Estrella, H., Arceo, E. y Zaldívar, M. (2023). Formación del Profesorado durante la Pandemia por Covid-19. Una Revisión De Literatura. Profesorado, *Revista de Currículum y Formación del Profesorado,* 27(3), 219-241. https://doi.org/10.30827/profesorado.v27i3.27886

COME ON IN NOW: MENTAL HEALTH IN THE CREATIVE WRITING AND MAKING OF A SHORT FILM

José Díaz-Cuesta
Universidad de La Rioja

Research for this publication was funded by the Government of La Rioja, Spain, through the competitive research project Fortalece 2021/04.

1. Introduction

Come On In Now (Simon, 2024) is a short film made by students of the 'Audiovisual and Literary Communcation in the Anglo-Saxon World' subject (CL3A, by its acronym in Spanish) of the Degreee in English Studies at the University of La Rioja, Spain, as the subject's main task during the academic year 2023-2024. It was the first year that two surveys were introduced as part of the data gathering for the research project Fortalece 2021/04. This chapter is one of the results of that research project (together with, among others, Muro & Asensio Aróstegui, 2024; Díaz-Cuesta & Villar Flor, 2024; Díaz-Cuesta & Asensio Asensio Aróstegui, 2024; and Díaz-Cuesta & Muro, 2025). This chapter mainly deals with the part of Fortalece 2021/04 focused on the teaching and learning of creative writing.

Creative writing includes audiovisual creative writing, the creation of a short film within CL3A being the main audiovisual task from which to extract data for Fortalece 2021/04. Most of the previous short films made in previous years have touched upon social issues, and they are therefore connected to the third part of Fortalece 2021/04, focused on the therapeutic and social benefits of creative writing.

DAY 108 (Díaz-Cuesta 2010) dealt with some consequences of attempting to quit smoking; *The King of the Heel* (Miró & Lázaro, 2012) was about gender role reversal; *My Year Abroad*'s main character was a blind Erasmus student (Díaz-Cuesta, 2013); *Art for coffee's sake!* (Martínez Ruiz, 2014) focused on

the lack of attention to culture; *Lonely Hearts Box* (Lozano & Escalona, 2015) on the consumer society; *Othella* (Guía, 2016) on gender role reversal in the almost homonymous Shakespearean tragedy; *All Alone* (Martínez, 2025) on loneliness, adapting James Joyce's «A Painful Case,», from *Dubliners* (Joyce, 1914); *Don't Lose Your Mind!* (Martínez de la Puente, 2020) on extreme exams and euthanasia; *Finding Ana* (Fieqaree, 2022) on harassment; and *Solidarity Hourglass* (Bassi de la Hoz, 2024) on organ donation and morality.

Come On In Now (Simon, 2024) deals with gambling addiction. In spite of all those concerns, the making of this film made the lecturer realise that more attention should be paid to the mental health of his students. The following pages are devoted to a case study on how this film was developed and what were the answers to the two surveys conducted. It is my contention that the case study will allow its readers to understand why mental health should be carefully taken into account when dealing with this kind of task.

The short film task combines Content and Language Integrated Learning (CLIL) with Project Based Learning (PBL). On these matters, see for example Allen, 2007; Aparici, 2010; Castaño Garrido & Cabero Almenara, 2013; Christensen, 2016; Díaz-Cuesta & Muro, 2020; García Areito, 2014; Nunan, 1989; Pattison, 1987; and Rive & Vidal, 1993.

This short film task also falls in the realm of teaching and learning creative writing at university. In an article on adolescent creativity that might be extrapolated to young undergraduate students Aleksandra Zielińska et alia aptly argue that «what seems to be the most challenging aspect of creativity to study is the creative process» (2022, 1). For more information on the presence of creative writing in the university classroom, see *Arbor* journal's monographic volume on the matter, and more specifically the articles by Guadalupe Arbona Abascal (2020) and José Manuel Mora-Fandos and Christelle Schreiber-Di Cesare (2020).

The specific objetives of the case study are to analyse: the answers to the preliminary survey; the selection of the main topic; the development of the script; the location scouting; the shooting of the film; the film editing/postproduction; the pre-premiere of the film and the final survey.

2. A note on method

The method chosen to analyse *Come On In Now* is a case study of its making and the answers to the two surveys conducted.

Data has been gathered from the following sources: the subject's outline; the short film guidelines and timeline document; the preliminary survey on student's previous experiences and expectations; the short film project development main document (which was updated online during the whole process); the film script (Gangoiti, Laseca & Rupérez, 2024); the short film (Simon, 2024); comments on the film by each student (which are the last part of the assessment of the film task); messages of the WhatsApp group entitled «CL3A_2024 film project,» other messages exchanged between the facilitator and the students and the final survey.

3. Research evolution: making *come on in now*

3.1. The preliminary survey

Both the preliminary and the final survey were qualitative ones, reaching for answers that cannot be transformed into figures as they were asking for experiences and expectations in the case of the former survey and (un)fulfillment of expectations in the latter one. Owing to the scarce number of people involved (six students took part in the short film project), and the kind of qualitative answers the survey demanded, it was not possible to make either of the surveys anonymous. On this chapter students are randomly named «A» to «F» and, when necessary, no letter is assigned to their answers, for the sake of privacy. Only one of the students, F, failed to complete one of the surveys, the first one. The answers provided by F have been taken into account for this research, but, obviously, F's non-existent answers to the first survey cannot be compared to F's answers to the second survey.

The questions of the preliminary survey, numbered Ia to VIIIa, adding an 'a' to the Roman numeral, in order to differentiate them from the second survey, were the following:

> —Ia. Have you ever collaborated in the making of a short film? Yes___ No___ If your answer is 'Yes', please state how you collaborated with it:
>
> —IIa. What are your expectations in relation to the making of this short film?
>
> —IIIa. In what ways —if any— do you think taking part in the making of this short film will be good for you?
>
> —IVa. Have you ever written any audiovisual script? Yes___ No___ If your answer is 'Yes', please state whether you wrote it on your own or collaborating with more people. If it was a collaboration, state how you collaborated.

—Va. Do you think that collaborating in the writing of an audiovisual script can be of any good to you? Yes___ No___ If your answer if 'Yes', please state how. If your answer is 'No', please state why.

—VIa. Do you think it can help you in your self development? Yes___ No___ If your answer is 'Yes', please state how. If it is 'No', please state why.

—VIIa. Here you can comment on other expectations you may have in relation to this experience and which have not been mentioned above:

—VIIIa. Please state any other suggestion, question, doubt you consider relevant before starting to make this short film.

Taking each question into account, the answers to the first one reveal that only E had «writed [sic] the script, directed and acted» in at least one previous short film.

Regarding the expectations of the second question, there was a combination of answers: «interesting since I enjoy watching short films» (A); «I want to develop and practice my communication skills and want to be better in how to work in a group» (B); «Develop my knowledge about what it takes/needs to make a film» (C); «learning about the process of making a short film» (D); «Hard work but enjoyable process» (E). E, who had some previous experience, already expected to have to work hard. A took a more passive approach and B paid attention to some of the expected skills.

Question IIIa dealt with possible personal benefits from the experience. As a whole, they thought the experience would be good for them. D mentioned «Developing personal skills» but without stating any specific skill.

Question IVa focused on previous experiences scripting. Only E replied positively, and for the facilitator it was interesting to know that E had made a previous script collaborating with other people: «We did a brainstorm and developed the chosen idea,» E said. The method was the same that was about to be applied to the steps previous to the writing of the script of *Come On In Now*.

Replies to Va, a question focused again on the potential benefits of the experience, but centered on the writing process went from A's *neutral* answer: «It is always good to learn new things» to E's more specific «By giving another view in a newy way of writting [sic].» C's answer was related to the original reason why this kind of task has been offered to students: «It will help me in the deconstruction and analysis of film cinematographic works or literary works» and D provided a more personal answer: «I can be more brave in stating my ideas and stick to them.»

Question VIa, centred on the possible help of film writing in self development, had a very positive answer, except for A, who did «not really know.» B stressed the patience involved in working in a group and that B could learn from their mates.» C underlined self-confidence and «less shyness [sic] when speak [sic] in front of others.» In the same line, D added that «Maybe to open up to new situations in which you feel a bit awkward» and E «Getting to work as a team». The question needs to be rephrased, as they all seemed to be referring to the whole experience and not only to the collaboration in the writing process. Va and VIa are very similar questions so that the person replying to them does not miss stating something about the potential benefits of this kind of writing, which is one of the main aims Fortalece 2021/04.

Question VIIa was related to any other possible expectations not mentioned before. B was intered in editing and C in solving problems which helped C «to develop something professionally.»

Question VIIIa was open to any other comment. A wanted to learn how to make the film before starting with it. The short film project is a PBL task and students learn in the process by doing what is necessary at each step of the process. E proposed creating a WhatsApp group «with all of us to stay in touch,» something already done in previous film projects and *Come On In Now* would not be an exception.

3.2. **Selection of the main topic**

The previous year's short film, shot in collaboration with the anti-terrorist unit (UAR) of the Guardia Civil had been extenuating and, attempting not to reach those levels of intensity, the facilitator favoured the development of a less stressful film project involving less logistics. There were other conditions imposed by the facilitator, like not having external help for most of the process, being able to make the film with the technical means the University of La Rioja has, showing at some point of the film a bicycle that appears on all the films since 2013. Up to *Othella* (Guía, 2016), the facilitator had asked his students not to include anything suicide-related in the plot, as one of his grandfathers died that way, but once *Othella* was shot he did not feel the need to keep on having that restriction which attempted to preserve the mental health of the facilitator. But he was not taking into account other possible feelings of the students, as is mentioned below when analysing the final survey.

In the brainstorming sessions topics there was a mixture of topics, from strange repetitions (which made it to the final version) to linking our own ideas to the concept of *artificial intelligence*. Money and love were also present from the beginning, together with the possibility of using satire. The topic eventually chosen was gambling among your people and how this kind of addiction may threaten your budget, your love relationships and even your own life.

3.3. **Script development**

Once the main topic was selected, there was more brainstorming on what happened to the main characters. There was an important discussion on a possible violent moment of the story. The more extreme option was the one that was finally favoured, but, although perhaps that option contributed to creating more interest on the film viewers, it would have been more sensible to opt for a less violent action whose inclusion affected one of the students involved, as is mentioned below when analysing the final survey.

The film treatment was the last part of the writing process previous to the writing of the script itself, which was carried out by three students out of class. The whole class kept on collaborating in the revision of the script until it reached a final version.

3.4. **Location scouting**

From having more than 30 enclosed hectares and a four-storey building for the shooting of the previous short film, we had to face the changes in the availability of University of La Rioja's spaces over weekends, which were then limited to one building only until 2pm on Saturdays. This fact, together with the lack of students' availability, meant that main photography would take place on two different Saturdays, with what that means in terms of continuity.

3.5. **Film shooting**

The limitations derived from university spaces and students' availability meant that, even having so few crew members, not all of them were available all the time. Even the director was missing one of the shooting days and had to be replaced by the facilitator. We practically had no hands to handle all the equipment that was being used. We did have the help of an audiovisual professional for free, but just for the first day of shooting.

3.6. **Editing and postproduction**

The film was edited by two students who had participated in the writing of the script (all of them had participated in the brainstormings prior to the writing of the script, but only three of them wrote the dialogues). Having screenwriters as editors had already been tested in *Solidarity Hourglass* (Bassi de la Hoz, 2024) with very positive results. In a way, the scriptwriters retook control of the film at the same time they acquired editing skills.

Come On In Now cannot be regarded as fully finished as there is some footage that would require re-shooting and some important details of the edit still need polishing. The editors learnt how to use DaVinci Resolve by following an online course about it which was in Spanish. From a CLIL perspective, it would have been better if the course had been in English, but they did handle that editing software in English anyway. As a facilitator and producer of all the previous short films of the subject, I have to say that the result was better than expected.

3.7. **Pre-premiere of the film**

I prefer to use the expression *pre-premiere* rather than *premiere* because the film was not fully finished when it was first screened in public. The release news was emailed to the lecturers and researchers of the Department of Modern Languages of the University of La Rioja on the same day of the release. It could be considered a *completely unfinished* version: some of the sound was out of sync (something that happened in the last edit that same morning), some graphics needed to be adjusted, the colour was not graded, or the poster was not the final one, for example.

All in all, the few people who attended, together with most of the filmmakers (except for one student), were surprised by both the story and the level of the cinematography and acting.

3.8. **The final survey**

The second survey was conducted once the film had been shot and there was a provisional edited version. This second survey tried to replicate the preliminary one, but question IVa made not much sense in the final survey, as it would have meant asking for information that was already known. That is why in the following list there is a missing question, IVb. For the students the

questions were numbered without any omission, but for this chapter I have found it more clarifying to omit that number, so that there is a direct equivalence between the questions from either survey that share the same Roman numeral.

The questions of the final survey, numbered Ib to VIIIb (omitting IVb) to differentiate them from the preliminary survey, were the following:

> —Ia. Have you ever collaborated in the making of a short film? Yes___ No___ If your answer is 'Yes', please state how you collaborated with it:
>
> —Ib. What have been your roles in the making of the short film?
>
> —IIb. To what extent and how has the experience met your expectations?
>
> —IIIb. In what ways —if any— do you think taking part in the making of this short film has been good for you?
>
> —Vb. Do you think having taken part in the collaborative writing of the audiovisual script has been of any benefit to you? Yes___ No___. If your answer is 'Yes', please state how.
>
> —VIb. Do you think it has helped you in your self development? Yes__ No___
>
> —VIIb. Here you can comment on other expectations you may have met —or not— in relation to this experience and which have not been mentioned above:
>
> —VIIIb. Please state any other suggestion, question, doubt you consider relevant to your involvment in the making of this short film.

Unlike what I have done above with the preliminary survey, where I renamed the students randomly, when analysing the final survey I am not even providing the imaginary name of each student, so as to further preserve their privacy. I also pay more particular attention to the answers from the student who was more critical with the experience. That appears as student X below, but I am not stating a direct correlation between X an any of the students who are renamed in the analysis of the preliminary survey.

The first question was aimed at checking self-consciousness on everyone's roles and revealed that most people understimated the number of roles they had played in the process: they focused on the role that had more importance but did not realise they had contributed in many more ways to the film project.

Question IIb dealt with meeting expectations. In general, most of the answers were very positive: one person said it was «way better, and way easier that [sic] I first thought about it,» another found the experience «quite interesting» and another one «so didactic» to the extent that latter person stated «It has helped me to increase my motivation for a future career related with it.» But X differed in their answer:

> It was quite disappointing. I have taken part in other theatre projects before which I enjoyed more. That is probably because I did not get along well with other mates. I did not like the short film's topic either so that's another factor. I expected something «closer» because of the other experiences mentioned before. (Student X)

Student X gives two reasons for their disappointment: not getting along with other mates, which is something that may happen in any project involving more than one person, and not liking the short film's topic. The second reason is further explained in X's answer to the last question.

Question IIIb asked whether the experience had been good for the person answering the question. There was mentioning of team work, creativity and even «It has showed a different side of me.» X's answer was lengthier than the rest: «I appreciate more all the work that there is behind any screen project. I thought it was way easier, but it takes a lot of time and effort.» X was quite critical but still found something good in the experience.

Question Vb had again a general positive anwer from all students except from X, who did not realise having collaborated in the writing of the script through all the brainstorming sessions. X added: «all the topics I suggested were not developed.» As happened in X's answers to IIb, the main problem for this student was the selection of the topic. X would state what was so disgusting in their reply to another question.

Question VIb dealt with the fulfillment of self-development expectations. All the answers were again very positive, including references to teamwork, creativiy, patience, understanding «so many more details that appear in a single scene,» and «It was quite challenging and also demanding but at the same time it has helped to overcome some fears.» X completely disagreed:

> Definitely not. It was a bad time. [Including] a suicide scene was terrible for me. I have been diagnosed with anxiety and depression so seeing […] a situation that has crossed my mind in some situations was really bad for my mental health in general. I am not ready to watch the final result because I can't stand watching that scene. (Student X)

This answer from X was key to understanding the student's rejection of the whole film project as that person had been considering a suicide situation. When selecting the topic and that particular part of the plot that includes a suicide attempt, the facilitator had not asked if there was anyone who was

uncomfortable with that inclusion. Probably this feeling is difficult to express in public when a person is suffering from anxiety and depression, but the preliminary survey could have included a question regarding this matter.

The answers to VIIb, which asked after other expectations that were or not met, resulted in some students mentioning what other fellow students had mentioned in relation to IIb. Team work was mentioned again twice and one of the students stated: «I wasn't expecting the film to be this good, I loved every second of it and the (almost) final product is amazing.» X did not answer this question, but did reply to the last one.

Question VIIIb dealt with any other suggestion each student wanted to make about the film project. There were answers demanding more time for the project, more previous knowledge about using cameras, and someone regretted «not having focused more on the project.» X's answer was again much lengthier than anyone else's and included a very important demand: «[…] and most important, please, for other years take care of the mental health of any other student.» The first reaction on the part of the facilitator to this answer was to apologise to X by means of a WhatsApp message:

> Thank you so much X. I am very sorry the experience did not meet your expectations. I do take very serious notice of what you say, and will take precautions when dealing with any matter that may affect the mental health of the students. I hope you are getting better (Díaz-Cuesta to X, 2024, WhatsApp message, 14 October 2024)

The precautions mentioned by the facilitator have consisted in asking the students verbally whether they have any problem with any theme or topic and telling them they can answer privately to him, so that their privacy is preserved. The new version of the preliminary survey has also included an additional question: «Please state if there is any topic you would prefer the film NOT to be about or not to include. You do not need to write it here, you can tell the lecturer about it in tutorials.»

4. Conclusion

The case study on how *Come On In Now* was developed and what were the answers to the two surveys conducted has revealed that a short film project like this one which counts on so few people to be made demands a maximum degree of collaboration on the part of all the students involved in

the task. Although most of the students regarded team work as an important element of the whole task, the need of this kind of collaboration throughtout the whole process has to be more heavily stressed by the facilitator not only when introducing the whole film project, but also when approaching each of the different steps of its development.

It has been very positive to have screenwriters as film editors, as they realised to what extent editing can be a way of re-writing a story.

The conduction of two surveys has been very helpful in helping to understand the benefits of the film task for each ot the students who took part in it. The final survey has been extremely useful in pointing out a concern any facilitator should have when involving people in an audiovisual creative process like this short film project: there have to be private and safe ways for learners to share with the facilitator any kind of topic or detail that may make them feel uncomfortable or that may affect their mental health.

5. References

Allen, M. W. (2007). *Designing Successful e-Learning: Forget What You Know About Instructional Design and Do Something Interesting*. Pfeiffer.

Aparici, R. (Compilator). (2010). *Edocomunicación: más allá de la web 2.0*. Edisa.

Arbona Pascual, G. (2020). La escritura creativa como disciplina emergente. *Arbor*, *196*(798), 1-6.

Bassi de la Hoz, A. (director). (2024). *Solidarity Hourglass* [short film]. Universidad de La Rioja.

Castaño Garrido, C. and Cabero Almenara, J. C. (Coordinators). (2013). *Enseñar y aprender en entornos m-learning*. Síntesis.

Christensen, C. (2016). *Disrupting Class. How Disruptive Innovation Will Change the Way the World Learns. Updated and Expanded New Edition*. McGraw-Hill.

Díaz-Cuesta, J. (director). (2010). *DAY 108* [short film]. Universidad de La Rioja. https://bit.ly/3X5qwLN (original version) https://bit.ly/3QsL5xP (Spanish subtitles version).

— (2013). *My Year Abroad* [short film]. Universidad de La Rioja. https://bit.ly/4i0o0yt

Díaz-Cuesta, J. and Asensio Arósteguı, M. (2024). An Analysis of the Relationship between Masculinity and Creativity in *The Fabelmans*. In A.M. Botella Nicolás, G. Escorihuela Carbonell and A.R. Fernández Paradas (Coordinators). *Contenidos audiovisuales para un mundo de pantallas multivalentes* (pp. 111-123). Peter Lang.

Díaz-Cuesta, J. and Muro, A. (2020). Camera and Action! English Language Newscast: Experiencia de innovación docente en la Universidad de La Rioja. In N. Martínez León, B. Peña-Acuña and M. E. Serrano Moya (Eds.). *Docencia 2.0 y 3.0* (pp. 157-170). Tirant lo Blanch.

Díaz-Cuesta, J. and Muro, A. (2025). Pretextos, texto, contextos y subtextos: un estudio de caso sobre la creación de *Solidarity Hourglass*. In A. Díaz-Lucena and M. Sanz Díez (eds.). *La Ley: representaciones audiovisuales, literarias y simbólicas* (pp. 17-38). Dykinson.

Díaz-Cuesta, J. and Villar Flor, C. (2024). Un estudio de caso de didáctica de escritura creativa en *All Alone* (Janire Martínez, 2023), primera adaptación audiovisual de 'A Painful Case' de James Joyce'. In P. Marín-Dueñas, A.E. García-Moreno and B. Cantalapiedra Nieto (Coordinators). *Efectos de la narrativa escrita y su enseñanza en lo social* (pp. 185-198). Peter Lang.

Fieqaree (director). (2022). *Finding Ana* [short film]. Universidad de La Rioja.

Gangoiti, U, Laseca, I. and Rupérez, H. (screenwriters). (2024). *Come On In Now* [unpublished script].

García Areito, L. (2014). *Bases, mediaciones y futuro de la educación a distancia en la sociedad digital*. Síntesis.

Guía, G. (director). (2016). *Othella* [short film]. Universidad de La Rioja. https://bit.ly/414M1xy

Joyce, J. (1914). *Dubliners*. Grant Richards Ltd.

Lozano, C. and Escalona, J. (directors). (2015). *Lonely Hearts Box* [short film]. Universidad de La Rioja. http://bit.ly/3EDLyuu

Martínez, J. (director). (2025). *All Alone* [short film]. Universidad de La Rioja.

Martínez de la Puente, A. (director). (2020). *Don't Lose Your Mind!* [short film]. Universidad de La Rioja. https://bit.ly/3EFvfNU

Martínez Ruiz, M. (director). (2014). *Art for coffee's sake!* [short film]. Universidad de La Rioja. https://bit.ly/3XsZbDF

Miró, I. and Lázaro, R. (directores). (2012). *The King of the Heel* [short film]. Universidad de La Rioja. http://bit.ly/3CWVlvk

Mora-Fandos, J. M. and Schreiber-Di Cesare, C. (2020). Aportaciones de la retórica a la escritura creativa en cuanto disciplina docente universitaria: una propuesta. Arbor, *196*(798), 1-11. https://doi.org/10.3989/ARBOR.2020.798N4004

Muro, A. and Asensio Aróstegui, M. (2024). Book club and creative writing workshop in the ESL university classroom. *European Public & Social Innovation Review*, *9*, 1-21. https://doi.org/10.31637/epsir-2024-830

Nunan, O. (1989). *Designing Tasks for the Communicative Classroom*. Cambridge University Press.

Pattison, P. (1987). *Developing Communicative Skills*. Cambridge University Press.

Rive, R. and Vidal, N. (1993). *Project Work. Step by Step*. Heinemann.

Simon, B. (director). (2024). *Come On In Now* [short film]. Universidad de La Rioja.

Zielińska, A., Lebuda, I., Ivcevic, Z. and Karwowski. (2022). How adolescents develop and implemente their ideas? On self-regulation of creative action. *Thinking Skills and Creativity*, 43, 1-13. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2022.100998

DESCOLONIZANDO EL CUERPO Y LA MENTE: LA DECOLONIALIDAD EN LA OBRA NARRATIVA DE NATHACHA APPANAH

Sergio Díaz Menéndez
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

La literatura francófona poscolonial ha conocido en las últimas décadas una explosión tanto en el número de obras producidas como en el interés generado por este tipo de literatura en las antiguas metrópolis. Francia ha sido el lugar de residencia desde hace más de veinte años para Nathacha Appanah, una de las autoras mauricianas más conocidas del panorama literario actual. Nacida en Mahébourg en 1973, Appanah es uno de los exponentes literarios más importantes de la literatura de su pequeño país insular. Combina tres lenguas: el hindi, lengua de comunicación habitual con sus padres; el criollo francomauriciano, que es la lengua en la que se expresa normalmente cuando se encuentra en Mauricio, y el francés, la lengua de comunicación en el país galo. Este crisol de idiomas ha resultado en una consciencia formada por un crisol de identidades que replica, en su persona artística, la misma diversidad cultural que podemos encontrar en Mauricio.

Appanah pertenece a una nueva generación de autoras que representa muy bien el tipo de novela que se está creando actualmente en Mauricio: una novela hecha por mujeres, nacidas en Mauricio pero con una conciencia indianocéanica, panafricana y global (Arnold, 2015, p. 134) y de origen indio. Arnold muestra el panorama literario actual, donde las escritoras principales, es decir, Nathacha Appanah, Ananda Devi o Shenaz Patel, compartirían estos rasgos. Esto impregna sus obras de un carácter renovador que nos permite analizar aspectos como el medioambiente y el

neocolonialismo en su estado actual en la isla. Este tipo de novela suscita un interés creciente no solo en Mauricio, sino en Francia y en los grupos de investigación y programas de asignaturas de literatural poscolonial de expresión francesa en muy diversas partes del mundo.

2. Metodología

El contexto no es menos importante cuando se trata de analizar obras postcoloniales ya que, a menudo, estos productos literarios han sido reivindicados como una forma de reafirmación de las identidades nacionales, frente a las antiguas potencias coloniales (Díaz Menéndez, 2024a, p. 114). Se trata de Mauricio, un territorio víctima de un proceso de colonización un tanto peculiar, pues se superponen diferentes momentos de penetración por parte de dos imperios distintos: el británico y el francés. Esto, sumado a un sustrato cultural musulmán e hindú, ha dado lugar al crisol de culturas e identidades presentes en la sociedad mauriciana actual. Este mosaico de identidades es palpable en todos los aspectos de la vida, comenzando por la lengua, como eje primordial de comunicación y de contacto entre las personas, hasta los credos, pasando por elementos intermedios como la estratificación social, los mitos y las costumbres. No en vano, Mauricio es considerado un enclave estratégico entre dos continentes, África y Asia, en medio del océano Índico, como reza su lema: «stella clavisque maris indici». En el caso de Nathacha Appanah, la conexión con este crisol de identidades aparece a través de la cultura hindú, que le es transmitida de forma más bien matrilineal desde sus ancestros. Como atestiguan algunas de sus obras, con tintes autobiográficos, su familia fue una de las que respondió, desde el subcontinente indio, al llamado por parte del Imperio británico a Mauricio para trabajar en las plantaciones de azúcar de caña, una vez que la esclavitud había sido abolida y era necesario contratar trabajadores de diversas partes del mundo en condiciones legales, aunque no mucho mejores que las que vivían las personas esclavizadas (Díaz Menéndez, 2025).

Esta identidad hindú, así como la herencia cultural india en general, es uno de los *leitmotivs* en la obra de Appanah. La cultura de la autora aparece de forma explícita en todas sus novelas, a través de las cuales reivindica el papel de la población hindú y, muy particularmente, de la mujer hindú, en la sociedad mauriciana actual. Appanah es una mujer con una mentalidad global, puesto que su trabajo como periodista la llevó a diferentes lugares

del mundo, pero también local, proclive a mantener sus costumbres y tradiciones y a que estas sean visibles y respetadas en su país natal. A través de diferentes experiencias laborales, como su paso por Radio France International o TV5, Appanah ha adquirido una consciencia de la importancia de la Francofonía[1], así como de todos los territorios adheridos a este vasto conjunto político y cultural. Esta nueva visión también le ha aportado una sensibilidad que es difícil de desarrollar en autores isleños: el panafricanismo de sentirse víctimas de una experiencia de colonización y neocolonización común, de haber experimentado una serie de agravios de similar naturaleza, así como la necesidad de situar Mauricio, así como otros territorios insulares, no sólo dentro del conjunto literario y cultural indianoceánico (Sergio Díaz Menéndez, 2024a, pp. 35-36), sino dentro del movimiento africanista en general. Finalmente, la ubicación de Appanah en Francia de manera tan estable durante los últimos años le ha permitido conocer en más profundidad la metrópolis, en una visión propia, alejada de los prejuicios y los estereotipos de los que estos países son con frecuencia objeto en las antiguas colonias.

Los criterios utilizados para la selección de novelas tienen que ver con la representatividad de las mismas de acuerdo con la metodología por la que se ha optado en este estudio. La primera novela elegida es *Blue Bay Hotel* (2004). Esta novela nos será de gran utilidad, ya que combina los componentes esenciales que pretendo abordar en este estudio: el neocolonialismo y el medioambiente. En esta obra se presenta a Mauricio como un territorio destinado a ser lugar de vacaciones y ocio para la población de los países considerados occidentales, es decir, Europa y Norteamérica. Quizás por su publicación temprana, esta novela no da cuenta de los múltiples procesos de neocolonización que se han perpetrado en África por parte de los imperios emergentes, el ruso y el chino. La trama se articula en torno a la historia de amor de Maya, la protagonista de la historia, una joven local de raíces indias que trabaja en un puesto de baja cualificación en el sector del turismo. Maya se enamora del hijo de los propietarios del hotel en el que trabaja, lo cual genera un doble problema: la disparidad económica

[1] Conjunto político y social de países donde el francés desempeña un papel importante en la sociedad, al que países de los cinco continentes han tenido la oportunidad de adherirse.

y la disparidad social. De hecho, es útil la introducción del concepto de etnicización del trabajo (Arnold, 2015, p. 120), para hacer referencia a cómo el neocolonialismo impacta con mayor intensidad sobre determinados estratos sociales en función del color de piel y de los recursos económicos, en este caso teniendo que aceptar los empleos que el sector turístico ofrece en peores condiciones.

Ambas familias mantienen el sistema de castas heredado de la sociedad india, por el cual resulta deshonroso el matrimonio entre contrayentes de distinta clase social, siendo esto especialmente lesivo para la familia que se encuentra en la casta más alta. Por si fuera poco, a la reluctancia de las familias se une el factor del amor prohibido, un tópico muy recurrente en el panorama literario, y que aquí aparece representado a través de la prometida del joven, elegida por acuerdo entre las familias, y a la que realmente el heredero no ama. Esto generará una confusión constante en este personaje, que se debatirá entre hacer lo que le dicte el corazón y comenzar una relación con Maya, o hacer caso a la razón y aceptar los designios de su familia y su comunidad, casándose con una joven por la que no siente ningún tipo de pasión y a la que apenas conoce. Las fronteras que separan a los dos enamorados reales de la historia no son, en este caso, geográficas, ya que han trasplantado la estratificación social india al territorio mauriciano, sino sociales y económicas, ya que son las brechas de este cariz lo que hace que su relación sea inviable.

Otra de las novelas elegidas ha sido escrita en un período de mayor madurez creativa por parte de Appanah. Se trata de la novela *Tropique de la violence* (2016). En ella se narra la historia de María, una joven enfermera que abandona los valles y la infinitud de su Francia metropolitana natal para desplazarse a Mayotte, dominio francés de ultramar donde faltan constantemente profesionales que permitan sostener un ya de por sí bastante magro estado del bienestar, sobre todo en lo relativo a sanidad y educación. Una vez allí, atiende a una inmigrante comorana que abandona a su hijo, ante la imposibilidad de proporcionarle la crianza que se merece. El niño, al que bautiza como Moïse (Moisés), es muy dócil y siente gran apego a su madre durante la infancia, pero la pubertad marca un cambio imparable para él: la entrada en contacto con bandas criminales, una acusación de asesinato falsa y la venganza de los líderes de dicho grupo, que perseguirán toda su vida al protagonista, hasta su suicidio final en el océano.

La tercera y última obra objeto de estudio es *La mémoire délavée* (2023), que podría traducirse al español como la memoria borrosa o difuminada. Lejos de esto, Appanah ha realizado un arduo proceso de investigación hasta llegar a publicar esta novela, con lo cual el título no deja de ser un oxímoron. Se trata de la última novela de Appanah hasta el momento, aquella escrita en un mayor punto de madurez, y es, asimismo, resultado de veinte años de investigación sobre la historia de su familia. La novela, de tintes autobiográficos, cuenta la historia de los antepasados de la autora, comenzando por sus tatarabuelos, que se vieron obligados a abandonar India por la pobreza y buscar la suerte en las plantaciones de azúcar de caña mauricianas. De ahí en adelante, se observa la evolución en su familia, siempre marcada por el segundo plano al que se ha relegado a las mujeres, algunas incluso sin la documentación adecuada, hasta llegar a la sociedad mauriciana actual.

En este análisis he empleado, fundamentalmente, un enfoque ecocrítico. Dicho enfoque se basa en la asunción de una idea, el antropoceno, para definir a la etapa en la que vivimos y el deterioro del medioambiente y de las condiciones climáticas por la acción humana en los últimos dos siglos, como consecuencia, fundamentalmente, de dos grandes hitos: la Revolución Industrial del siglo XIX y la sociedad de consumo de masas que se generaliza durante la segunda mitad del siglo XX. De esta responsabilidad se derivan muchos de los problemas que el planeta y las especies que en él vivimos padecemos en la actualidad. De ellos, los más relevantes van a ser los relacionados con el neocolonialismo, es decir, una nueva forma de dominación, más sutil, pero igual de peligrosa y de opresiva en tanto que estructura como el colonialismo tradicional. Estos problemas de colonialismo se pueden apreciar en la destrucción del medio natural, palpable en la sobreexplotación de los recursos naturales, la llegada del turismo de masas, la gentrificación y la expulsión de la población local del centro de los núcleos urbanos y la generación de un nuevo proletariado con trabajos mal remunerados y de baja cualificación, eminentemente en el sector hotelero (Díaz Menéndez, 2024b, p. 245). Las novelas de Appanah ponen en conexión, precisamente, los tres conceptos clave mencionados en esta metodología: naturaleza, cultura y el individuo (Andrade Boué, 2022, p. 43), lo cual hace que un estudio ecocrítico sea especialmente pertinente.

Los objetivos de este estudio son: a) analizar el retrato de isla Mauricio llevado a cabo por Appanah a través de sus novelas, b) observar el estado

del proceso de descolonización mauriciano, así como las posibles huellas de neocolonialismo, c) indagar acerca de cómo el neocolonialismo produce desigualdades en la isla y d) poner en relieve la necesidad de descolonizar el cuerpo y la mente para dejar de ser un sujeto subalterno, en una clara metáfora con la descolonización geográfica. Para ello, se realizado una selección de las novelas de Appanah que formarán parte de nuestro corpus, ya que estudiarlas todas desembocaría en un estudio difícilmente abarcable y en ocasiones inconexo, dado el carácter creativo tan prolífico de la autora.

3. Resultados

El primer resultado que encontramos tiene que ver con el turismo de masas y la destrucción del medio ambiente como motivo recurrente en las novelas de Appanah. La cuestión es evidente en *Blue Bay Hotel*, donde el propio resort turístico funciona como uno de los escenarios principales de la obra y representa la desigualdad social entre aquellas personas que ocupan los puestos de trabajo más elevados y los que quedan relegados a puestos en muy malas condiciones, a menudo personas racializadas o de una casta inferior. En *Tropique de la violence*, esta sobreexplotación de los recursos puede verse también, con un centro de Mayotte que goza de las pocas comodidades de la isla, frente a una población local cada vez más desplazada, tema que abordaré en el párrafo siguiente. Por último, en *La mémoire délavée,* se puede observar la otra cara de los viajes, en este caso *el pasaje* desde la India, que se hace por obligación y no por placer. Este tipo de movimiento también conlleva una sobreexplotación de los recursos naturales, al estirar al máximo la productividad de las plantaciones y al poner en marcha una agricultura extensiva en una isla con escasos recursos hídricos y unas dimensiones muy reducidas.

La siguiente idea tiene que ver con la segregación geográfica que causan el turismo de masas y la degradación del medio natural. La llegada del turismo genera un desplazamiento de las poblaciones autóctonas desde el centro hacia los márgenes. Esto se puede observar en los lugares de residencia según la casta en *Blue Bay Hotel*, en la reserva de las zonas privilegiadas de Mayotte para los turistas en *Tropique de la violence*, frente al hacinamiento de la población pobre y de origen migrante en los barrios periféricos de la isla, afectados seriamente por el tráfico y consumo de drogas y por las altas tasas de criminalidad, y en la distribución de Mauricio según la actividad

económica en *La mémoire délavée*: las áreas más alejadas de los núcleos urbanos son dedicadas a la explotación agraria, con lo cual esas personas, a menudo inmigrantes, que trabajan en dicho sector, tienen escasa o nula relación con los que residen en el centro.

Esta discriminación geográfica refleja, en buena medida, la segregación en función de la casta, a la que a menudo pueden añadirse componentes étnicos. Debido a la etnicización de los puestos de trabajo, es más frecuente encontrar a la población autóctona realizando trabajos de baja cualificación y, por consiguiente, peor remunerados, que en cargos que requieran cierta formación. Esto ocurre en *Tropique de la violence* con María, enfermera que deja la metrópolis para trabajar como enfermera en Mayotte, donde entra en contacto con una población local con pocas oportunidades formativas y laborales, y también en *La mémoire délavée*, que refleja muy bien cómo la mano de obra esclava fue reemplazada por trabajadores que a cambio de su trabajo solo recibían alojamiento y alimentos básicos, y que eran prácticamente en su totalidad inmigrantes, sobre todo indios. Una nueva variable aparece, sobre todo en *Blue Bay Hotel*, con las diferencias según la casta. Las castas superiores o *brahmins*, supuestos descendientes del dios Brahma, acapararían los puestos de poder, mientras que los miembros de la casta inferior o los *dalit*, los denominados indeseables, desempeñarían los puestos de trabajo que el resto de la sociedad no desearía.

Además de brechas étnicas, geográficas y socioeconómicas, todas ellas interconectadas entre sí, se encuentran importantes brechas de género. Las mujeres siguen ocupando un rol subalterno en muchas de las sociedades indianocéanicas, a pesar de los esfuerzos por convertir estos territorios en democracias modernas y participativas. El caso más palpable es el de Maya en *Blue Bay Hotel*, quien no solamente se ve discriminada por su casta, sino por ser mujer. Esta novela constituye un relato de crecimiento, ya que Maya se emancipa de las ataduras de su casta y también de las que le supone su género, sumergiéndose a fondo en la libertad sexual y deconstruyendo los estereotipos asociados por el patriarcado a las mujeres. Esta brecha de género también aparece en *Tropique de la violence*, si bien con mayor perjuicio para los varones, quienes se ven obligados a seguir los cánones de masculinidad impuestos por las estructuras patriarcales y mostrarse zafios y violentos. Las mujeres, sin embargo, arrastran la pesada carga de una planificación familiar inexistente y de ver cómo sus hijos caen paulatinamente en la delincuencia y la

exclusión. En *La mémoire délavée*, las mujeres también se llevan la peor parte, trabajando como los varones en las plantaciones, a pesar de la diferencia en la musculatura, y con unas identidades borradas y olvidadas. Sólo se tomaban los datos del paterfamilias, haciendo muy difícil a las mujeres acceder a servicios básicos como la sanidad en su vejez, debido a que habían pasado su vida trabajando y viviendo bajo una situación administrativa irregular en Mauricio.

Finalmente, voy a describir un aspecto con connotaciones positivas, el amor, que actúa como hilo conductor en las tres novelas. El amor es la fuerza que mueve a los personajes. En *Blue Bay Hotel*, es el amor de Maya hacia su amante prohibido lo que la lleva a romper órdenes y convencionalismos y a emanciparse desde un feminismo interseccional, en tanto que mujer perteneciente a las castas desfavorecidas por el hinduísmo. Asimismo, es el amor de sus padres y las expectativas de una vida mejor para su hija lo que hace que estos le brinden su apoyo casi incondicional, aunque esto también lleve a Maya a la violencia y a situaciones no deseadas. El amor paternofilial también aparece en *Tropique de la violence*, a través de los sentimientos de María hacia Moïse, su hijo adoptivo, con los consecuentes desgarros cuando este la abandona para irse con su madre biológica y cuando se muere. En *La mémoire délavée*, es también el amor hacia los hijos y hacia las generaciones venideras lo que justifica el trabajo sobrehumano de los personajes. Todas las novelas comparten el amor de los protagonistas hacia la naturaleza y hacia la cultura, ejes sobre los que pivotan estas novelas.

4. Conclusiones

La primera conclusión que podemos alcanzar es la posibilidad de analizar la obra narrativa de Nathacha Appanah desde una perspectiva ecocrítica. Algunos conceptos como el antropoceno, la emergencia climática o la destrucción del entorno natural son fácilmente analizables en el corpus de novelas elegido. Las posibilidades que brinda el medioambiente, así como las consecuencias de su deterioro, generan unas brechas sociales y económicas difíciles de salvar. La explotación salvaje de los recursos, en el caso de Mauricio a través del turismo, tensiona a la población local, que se ve abocada a trabajos poco cualificados, a la violación del derecho a un paisaje cada vez menos virgen y más dañado por la construcción de resorts y el desgaste cotidiano del turismo masivo, y se ven obligados a desplazarse a las periferias de las ciudades, lo cual desemboca también en una frontera física o geográfica.

En otras ocasiones, las fronteras geográficas son las que juegan un rol crucial en la generación y en la ampliación de brechas de carácter económico y social. Tal es el caso de Mayotte. Esto puede apreciarse en las obras de mayor madurez por parte de Appanah, en las que ya ha adquirido una conciencia mucho más global. La continuidad de la existencia de departamentos de ultramar lleva las fronteras de Francia y Europa a territorios del océano Índico. En este punto, y en apenas unos cientos de kilómetros, coexisten islas como Mayotte, pertenecientes a Francia; países independientes, aunque con un alto grado de desarrollo humano por un ambivalente neocolonialismo y por la tenencia de importantes recursos e islas que se han independizado ya hace tiempo de las potencias europeas, como las Comoras. Este archipiélago se ha convertido, con el paso de los años, en una tierra de emigración, como por ósmosis, aprovechando la circunstancia de que Mayotte, como territorio francés, recibe una cantidad ingente de recursos de Francia y de la Unión Europea, mientras que los comoranos viven en situaciones de necesidad permanente. Sin embargo, un saldo migratorio tal no es inocuo para los mahoreses: el territorio es pequeño, con lo cual se dan casos de hacinamiento, de disfuncionalidad en los servicios públicos, como sanidad y educación, y la generación de una nueva frontera interna en Mayotte, puesto que los migrantes, al no encontrar las oportunidades esperadas, viven en guetos donde la juventud, influenciada por las malas compañías, los discursos radicales y las drogas, comienza a desarrollar conductas violentas y a hacer de la delincuencia su forma de vida.

La pobreza y la falta de oportunidades no resultan, por lo tanto, en exclusiva de las políticas neocoloniales. En muchas ocasiones, estos problemas derivan del rechazo al inmigrante y de los prejuicios, alimentados por la pobreza extrema en la que viven muchos de ellos. A esto se une la actitud humanitaria pero poco efectiva de las metrópolis, en este caso Francia, unida a la ineficacia de determinadas políticas, teóricamente dirigidas a mejorar la cohesión territorial. Por mucho que se creen nuevos puestos en sanidad, educación o trabajo social, estos siempre acaban demostrándose insuficientes debido al estallido demográfico en la isla, como consecuencia de la fragilidad de las fronteras, así como los altos índices de criminalidad, un fuego atizado por la retención de jóvenes en espacios pequeños, desfavorecidos, un caldo de cultivo perfecto para la expansión de las ideas radicales y de diferentes violencias, como respuesta a una violencia institucional

continuada contra ellos. Más que un rasgo propiamente neocolonial, esta realidad tiene que ver con una deficiente gestión de los recursos desde las metrópolis y una negación frente a los problemas, algo que suele ocurrir también en territorio europeo, con unos gobiernos en muchas ocasiones inoperantes, unos poderes legislativos muy fragmentados, un poder judicial lento y renqueante y unas instituciones europeas demasiado vacilantes frente a los desafíos globales actuales.

Otro de los elementos que aparece de vez en cuando en la obra de Appanah como generador de brechas sociales y económicas es el mantenimiento de la sociedad de castas, tan arraigada en el panorama indio. Una vez más, las olas migratorias y la consecuente transgresión de las fronteras es lo que lleva a replicar y a perpetuar estas desigualdades. En este caso, la frontera que se rompe, desde el punto de vista geográfico, es la existente entre India y Mauricio, la que goza de una mayor poética, pero que, sin embargo, no se encuentra exenta de riesgos. Esta frontera opera por vía acuática, un mar negro que muchos indios se han aprestado a cruzar, traicionando sus ideales, en busca de un futuro mejor. Este recorrido, conocido familiarmente como *el pasaje*, conoció su mayor afluencia tras 1834, con la abolición de la esclavitud en el Imperio británico y la búsqueda de nichos de mano de obra barata en las colonias. El flujo de migrantes indios ha sido una constante desde entonces, con la peculiaridad de que, hoy en día, la mayor parte de esos indios que llegan a Mauricio lo hacen con una buena cualificación profesional y la posibilidad de encontrar unos puestos de empleo con condiciones mejores a las de su país de origen, lo cual redunda en una deslocalización y fuga de talento que afecta de pleno al subcontinente.

En resumen, podríamos afirmar que la presencia de fronteras geográficas inestables en el territorio del que habla Appanah en sus novelas ha favorecido, por un lado, grandes intercambios humanos y culturales. Las novelas de Appanah reflejan muy bien su contexto, el indianoceánico, donde las fronteras habituales entre territorios quedan difuminadas por la convicción de una serie de patrones culturales, literarios y artísticos comunes entre los diferentes territorios que comprenden esta región. Sin embargo, esta permeabilidad de las fronteras también ha acarreado ciertos problemas como la deslocalización, la fuga de cerebros, la inmigración masiva, el hacinamiento y la dificultad para sostener el estado del bienestar en muchas de las islas que conforman este gran conjunto supranacional. En ocasiones, el

neocolonialismo actúa como catalizador de estos problemas, que conducen inevitablemente a la generación de fronteras sociales y económicas, como es el caso de la sobreexplotación del turismo y la puesta de la población local al servicio de los usuarios, o la destrucción del medio natural, tan apreciado en estos contextos. No obstante, el neocolonialismo no es siempre culpable de estas situaciones, de las que, con más frecuencia de la que cabría esperar, son responsables la corrupción de las castas políticas locales, la inacción y la incompetencia de las autoridades locales, metropolitanas y europeas.

6. Referencias

Andrade Boué, P. (2022). La précarité sociale et environnementale dans les romans franco-mauriciens de Nathacha Appanah. *Çédille. Revista de Estudios Franceses, 22*(1), 41-60. https://doi.org/10.25145/j.cedille.2022.22.04

Appanah, N. (2004). *Blue Bay Hotel*. Gallimard.

— (2016). *Tropique de la violence*. Gallimard.

— (2023). *La mémoire délavée*. Folio.

Arnold, M. (2015). Féminisme postcolonial et littérature mauricienne: quelques réflexions. En V. Andrianajafitrimo-Magdelaine & M. Arino (Eds.), *Îles/Elles: Résistances et revendications féminines dans les îles des Caraïbes et de l'océan Indien (xviiie-xxie siècles)* (pp. 119-136). Éditions K'A.

Díaz Menéndez, S. (2024a). *Transnacionalismo y glocalización en la poesía de mujeres de habla francesa e inglesa a ambos lados del Índico* [Tesis doctoral]. Universidad de Oviedo.

— (2024b). *Ananda Devi. Le jour des caméléons*. *Anales de Filología Francesa*, *32*. https://doi.org/10.6018/analesff.635781

— (2025). *La poesía indianoceánica en lengua francesa e inglesa Un estudio de cuatro autoras*. Peter Lang.

METAREVISIÓN SOBRE LA FUNCIÓN DE LA AUTOFAGIA EN EL GLIOBLASTOMA HUMANO: UN APARENTE CALLEJÓN SIN SALIDA PARA SU PAPEL DUAL

Juan Miguel Esteve-Esteve
Sociedad Española de Bioquímica y Biología Molecular

1. Introducción. Características celulares, histológicas y moleculares de los glioblastomas

Las neoplasias más comunes de la glía, o gliomas, son las originadas a partir de los astrocitos y denominadas astrocitomas. Hasta la clasificación de la Organización Mundial de la Salud (OMS) de 2016, estos astrocitomas se habían clasificado en cuatro grados histológico-pronóstico: dos de bajo grado (el astrocitoma no difuso (G-I) y el astrocitoma difuso (G-II)) y dos de alto grado (el astrocitoma anaplásico (G-III) y el glioblastoma (G-IV, a partir de ahora en el texto GB)), siendo este último el de peor pronóstico y el más frecuente de los tumores cerebrales primarios en adultos. En esta categorización clásica, el criterio diagnóstico de los diferentes grados se basa únicamente en características histológicas. En este sentido, y respecto a las lesiones de grados inferiores (G-I a G-III), el GB presenta: una mayor frecuencia (i) de mitosis alcanzando altas densidades celulares y (ii) de atipia, (iii) un menor nivel de diferenciación y (iv) presencia de necrosis (en las áreas de mayor empaquetamiento celular) y/o de proliferación endotelial y microvascular. Si bien su diseminación está limitada al sistema nervioso central (SNC), el GB presenta un patrón de crecimiento infiltrativo difuso en el parénquima cerebral que se manifiesta por bordes mal definidos. A estas características histológico-celulares primeras, les siguieron las genético-moleculares, encontrándose en el GB un genoma altamente mutado (Simpson y Gammoh, 2020). Algunas de estas mutaciones son, por

ejemplo, las de los genes *TP53, RB, PDGF-αR, MDM2, EGFR, IDH1 y* NF1, que, junto a las alteraciones epigenéticas, llevan a la desregulación de las correspondientes rutas de señalización, lo que explicaría las características histológico-celulares de los GB.

2. Causas del pronóstico clínico nefasto para los pacientes con GB

De todos los gliomas, el GB es el más agresivo y resistente al tratamiento (Wan *et al.*, 2023). Hace aproximadamente dos décadas, la combinación del agente alquilante temozolomida (TMZ) con radioterapia (RT), previa resección quirúrgica del tumor, supuso un avance importante en su tratamiento; sin embargo, poco se ha progresado desde entonces, de modo que, actualmente, sigue siendo esta la terapia *gold standard* para el GB (Manea y Ray, 2023), con un tiempo de supervivencia muy reducido. Resultados para explicar este mal pronóstico se han encontrado fuera del tumor, como por ejemplo la baja acumulación local de moléculas terapéuticas (debido a la barrera hematoencefálica) y en la biología del tumor mismo, a saber:

1) Su rápido crecimiento.
2) Su gran capacidad para sobrevivir (su gran resistencia a la muerte celular, fundamentalmente apoptótica) en ambientes hostiles, tanto: (i) durante su desarrollo tumoral (falta de nutrientes, hipoxia) como (ii) frente a las diferentes opciones terapéuticas (RT, TMZ). En los gliomas en general, sus células manifiestan una apoptosis defectuosa, de manera que, y como se discutirá más adelante, la muerte celular autofágica se ve como una alternativa para eliminar estas células tumorales. Su genoma altamente mutado provoca una desregulación de varias rutas de señalización, lo que da lugar, entre otros, a unas velocidades de proliferación más altas y a una marcada resistencia a la apoptosis, cuya consecuencia será la resiliencia a la terapia y que el tumor recidive (Manea y Ray, 2021). Señalar que, después del tratamiento, una subpoblación altamente tumorogénica de células tumorales *hiperresistentes* (altamente resistentes a la quimioterapia, a la radiación y al reconocimiento inmune), designadas como *glioblastoma stem cells* (GSC), permanecen y se dividen parece que iniciando la recurrencia del tumor.
3) Su comportamiento infiltrativo difuso.
4) Su capacidad para regular el microambiente inmune del tumor.

Todos estos factores hacen que los GB sean resistentes a la terapia estándar arriba mencionada, y que la recurrencia del tumor después de dicha terapia sea frecuente (Chen *et al.*, 2023).

3. El proceso de autofagia

3.1. Justificación de su inclusión en el estudio del GB

Alteraciones de la autofagia (proceso presente en todas las células eucariotas) se han asociado, entre otros, con enfermedades neurodegenerativas y con cáncer. El hecho de que mutaciones en los genes de autofagia contribuyan a patologías como el cáncer, y de que las células de los GB sean más resistentes a la muerte por apoptosis que por autofagia en ambientes adversos (tanto *naturales* como farmacológicos), por ejemplo, ha llevado a que, desde hace poco más de una década, el papel de la autofagia en el cáncer en general, y en el GB en particular, haya recibido mucha atención, pues la comprensión y regulación del mecanismo de autofagia podría ser una no desdeñable opción terapéutica (Chen *et al.*, 2023). Se ha demostrado también, que varias vías/proteínas que están implicadas en la carcinogénesis de los tumores gliales lo están igualmente en la autofagia, a saber, PI3K/AKT/mTOR, JAK2/STAT3, ERK1/2, NF-κB y la proteína prión celular (PrPC) (Feng *et al.*, 2019). Por tanto, muchas investigaciones van dirigidas a averiguar si las propiedades tumorales de los GB, o algunas de ellas, están mediadas, al menos en parte, por la autofagia, convirtiendo así a esta última en un *target* preferente de intervención terapéutica.

3.2. El proceso molecular y celular de autofagia

La autofagia es un proceso fisiológico-catabólico, altamente regulado, de digestión intracelular de los propios componentes celulares en orgánulos de la ruta lisosomal. Puede darse tanto mediante la formación de las estructuras denominadas autofagosomas (macroautofagia) como sin ellas (microautofagia y autofagia mediada por chaperonas). Hacer notar que, a partir de aquí, cuando utilicemos el término autofagia nos referiremos a la macroautofagia. La autofagia está en un continuo dinamismo, denominado flujo autofágico, que conlleva una serie de pasos consecutivos ejecutados principalmente por las proteínas codificadas por los denominados genes de autofagia. A nivel molecular-celular, el flujo autofágico implica: (i) la formación de una doble

membrana o fagóforo, que va creciendo hasta cerrarse, (ii) la formación de una vesícula de doble membrana o autofagosoma (resultado del cierre del fagóforo) con porciones de citoplasma en su interior (proteínas importantes que intervienen en este paso son SQSTM1/P62 y LC3-II (la unión de fosfatidiletanolamina a LC3-I (citosólico) da lugar a LC3-II que se va a anclar a la membrana del autofagosoma, siendo por esto un buen marcador de autofagosomas)) y (iii) la fusión del autofagosoma con un lisosoma primario o lisosoma (que es la vesícula de membrana única que contiene los enzimas hidrolíticos) dando lugar a un autofagolisosoma o autolisosoma, donde ambos, la doble membrana y el contenido del autofagosoma, serán degradados (siendo unas de las proteasas que intervienen en este paso las denominadas catepsinas) (Chen *et al.*, 2023). Alrededor del proceso de autofagia propiamente dicho (y que acabamos de describir), se han caracterizado diferentes rutas de señalización intracelular *upstream* a este flujo autofágico (y que pueden activarlo o inhibirlo) como PI3K/AKT/mTOR y JAK2/STAT3. En general, en las últimas dos décadas, se ha acumulado un amplio cuerpo de conocimiento sobre las rutas de señalización y los mecanismos moleculares/subcelulares de autofagia. De este modo, además de PI3K/AKT/mTOR y JAK2/STAT3, otras vías/proteínas que regulan la autofagia son, por ejemplo (Feng *et al.*, 2019): a) *the extracellular signal-regulated kinase1/2* (ERK1/2) *pathway*, b) *the nuclear factor kappa-B* (NF-κB) *pathway* y c) la proteína PrPC.

3.3. **Funciones de la autofagia**

Por autofagia se eliminan: (i) orgánulos excedentes, obsoletos y/o dañados y (ii) agregados proteicos/uniones (macro)multimoleculares como proteínas citoplasmáticas anormales (por ejemplo, proteínas mal plegadas); de este modo, (i) y (ii) permiten la renovación subcelular, lo que mantiene la eficacia de la función celular y disminuye la posibilidad de toxicidad (Batara *et al.*, 2021; Chen *et al.*, 2023); y también interviene en (iii) la respuesta a la infección y puede ser inducida por (iv) tumores que progresan rápidamente.

Pero la autofagia no sólo mantiene la homeostasis de la célula, como acabamos de ver, sino que también se activa bajo situaciones de estrés surgidas tanto en el exterior como en el interior celular. Por tanto, la autofagia también es un mecanismo de adaptación de las células, pero, sobre todo, de las tumorales, a las condiciones cambiantes, adversas, del medio (Ulasov *et al.*, 2018; Chen *et al.*, 2023). Son ejemplos de estrés ambiental *natural*:

1) Un insuficiente suplemento de nutrientes y, en consecuencia, de materia y energía; añadido al hecho de que las células cancerosas, en general, demandan más nutrientes y energía que las células normales.
2) Hipoxia y, en consecuencia, disponibilidad de oxígeno limitada para sintetizar materia y energía.
3) Acidosis.
4) Estrés oxidativo. Estas 4 condiciones son reminiscentes a las que se va a encontrar el tumor al invadir regiones diferentes a las de origen.
5) Virus oncolíticos y patógenos en general.

Por último, además de las situaciones de estrés interno y externo *natural*, también se responde activando la autofagia al estrés externo infligido por radioterapia y/o quimioterapia, que causa: daño a componentes celulares, agregados de proteínas, estrés oxidativo y mutaciones. En los tres casos que acabamos de nombrar (estrés interno, externo *natural* y externo por tratamiento físico-farmacológico), la inducción de autofagia permite la supervivencia de la célula mediante la formación de precursores metabólicos y la producción de ATP, si bien una autofagia excesiva causaría la muerte.

Otras dos respuestas al estrés que la autofagia tiene la capacidad de regular, de interés para la comprensión de la biología de las células tumorales en general y del GB en particular, y que están siendo objeto de mucho estudio en los últimos años, son, en primer lugar, la conocida como transición epitelio-mesénquima (EMT): la autofagia puede regular procesos similares a la EMT fuera de las situaciones normales del desarrollo y de la reparación de los tejidos, concretamente durante la evolución del GB (Colella *et al.*, 2019). Por medio de la EMT, las células del GB, a través de la activación de factores de transcripción específicos y de rutas de señalización, adquieren un fenotipo invasivo, que migra. Y, en segundo lugar, la autofagia es capaz de regular el microambiente tumoral, como por ejemplo la población celular inmune y el microambiente inmune en general. En definitiva, durante la progresión tumoral la autofagia representa una respuesta a cambios en el interior y el exterior de las células, que conduce a una adaptación del tumor al entorno (Ulasov *et al.*, 2018).

4. ¿Por qué estas funciones de la autofagia son importantes para la comprensión y el tratamiento del GB humano?

El interés por el conocimiento de este proceso, especialmente en los gliomas, radica en que una autofagia activada podría contribuir a explicar

(aunque no únicamente, pensemos por ejemplo en la barrera hematoencefálica) distintas fases de la gliomagénesis (Meena y Jha, 2024). Aunque a continuación separamos estas distintas etapas para facilitar la exposición y el estudio, todas ellas están intrínsecamente relacionadas:

1. La capacidad de la autofagia para mantener la homeostasis celular contribuye a prevenir el inicio de un comportamiento maligno en las células normales (Feng *et al.*, 2019). Al eliminar estructuras generadoras de toxicidad que pueden causar mutaciones en el DNA, la autofagia disminuye la probabilidad de carcinogénesis.
2. El papel de la autofagia en la gran resistencia a la muerte celular de las células de los GB (incluye a las GSC) frente a otros tumores, en los ambientes hostiles de estrés fundamentalmente externo que se van a encontrar, estando demostrada su contribución a la consecuencia que es la recidiva del GB (Feng *et al.*, 2019; Ulasov *et al.*, 2020; Kundu *et al.*, 2024). Igualmente, las GSC escapan a la terapia actual: se cree que la autofagia estaría de algún modo relacionada con la biología de estas células no diferenciadas, de alto fenotipo migratorio y resistentes a la terapia (Feng *et al.*, 2019; Jandrey *et al.*, 2021). Ahora bien, una autofagia excesiva en niveles y/o en el tiempo podría llevar a la muerte celular autofágica. Se sabe que las células de los GB tienen una alta resistencia a la apoptosis, pero moderada a la muerte celular por autofagia, de modo que su muerte deviene por autofagia; no obstante, una inhibición de la autofagia con xantatina activa la apoptosis. Además, estudios recientes han demostrado que otra forma de muerte celular, la ferroptosis, un tipo de necrosis regulada mediada por peroxidación lipídica, es dependiente de la autofagia, es decir, que los mecanismos de autofagia y de ferroptosis están interrelacionados, lo que podría tener implicaciones en el tratamiento del GB. E igualmente, se ha evidenciado una interconexión entre la autofagia y la muerte por piroptosis. Por tanto, no sólo la apoptosis clásica, sino también la autofagia, ferroptosis y piroptosis, son modalidades de muerte celular que pueden tener un papel significativo en la progresión del GB (Wan *et al.*, 2023). En general, a día de hoy, está estudiado el papel en el GB de diferentes tipos de muerte celular regulada, a saber, apoptosis, muerte celular dependiente de autofagia, anoikis,

ferroptosis, cuproptosis, piroptosis y muerte celular inmunogénica, así como la interrelación entre ellas. Incluso se han obtenido resultados a favor de una degradación selectiva de componentes de las rutas de supervivencia o muerte celular, tal vez en colaboración de la autofagia con el sistema proteasomal (Visintin y Ray, 2022). Y siguiendo esta línea, se han caracterizado varios inductores e inhibidores que tienen como diana moléculas de las rutas de estas diferentes modalidades de muerte celular, y algunos de ellos ya han sido trasladados a estudios clínicos (Wan *et al.*, 2023).

3. La capacidad de los GB para regular su microambiente inmune en beneficio propio les hace muy resistentes al reconocimiento inmune (Kundu *et al.*, 2024), habiéndose documentado suficientes evidencias de la participación de la autofagia en diversos mecanismos moleculares-celulares de regulación del microambiente inmunosupresor del tumor (Molina *et al.*, 2019).

5. Estatus de la autofagia en el GB humano

A partir de lo dicho hasta ahora, cabría esperar *a priori* que, debido a la situación de estrés tanto durante el desarrollo en su microambiente como ante el tratamiento, el flujo autofágico estuviese acelerado (sin llegar a niveles que sean incompatibles con la supervivencia) en el GB respecto a los astrocitos normales de cerebro humano. En efecto, se ha demostrado que en el GB la autofagia está activada, con efectos pro o antioncogénicos (Molina *et al.*, 2019). Del mismo modo, la autofagia está incrementada en gliomas de alto grado pediátricos. Y TMZ induce autofagia en el GB. Sin embargo, también es frecuente que la ruta inhibidora de la autofagia PI3K/AKT/mTOR esté hiperactivada en el GB, lo que actuaría en sentido contrario y daría lugar a un bloqueo de la autofagia; no obstante, y como hemos tratado al principio, no es esta la única ruta que controla la autofagia, ni es un marcador de la autofagia propiamente dicha como sí lo son las proteínas SQSTM1/P62 y LC3-II.

6. Papel dual de la autofagia en la patogénesis del GB humano

Numerosas evidencias experimentales asignan a la autofagia (parece ser que activada) un papel de protección sobre las células del GB que les permite evadir la muerte celular (también específicamente sobre las GSC), frente a los distintos escenarios de estrés (i) bien durante el desarrollo tumoral (falta

de nutrientes, hipoxia, respuesta inmune), (ii) bien durante el tratamiento (RT, TMZ y el gran número de agentes químicos evaluados potencialmente antitumorales). Es más, ahora conocemos que TMZ incrementa esta autofagia citoprotectora en el GB, limitando la eficacia terapéutica de la TMZ en la inducción de apoptosis (Manea y Ray, 2023). Y sabemos de esta función de supervivencia porque la inhibición de la autofagia lleva a la muerte del tumor: en este caso, el beneficio para el paciente se lograría bloqueando la autofagia, pues al hacerlo se incrementaría la sensibilidad del GB al microambiente adverso y, en su caso, a la terapia utilizada (Jandrey *et al.*, 2021; Wan *et al.*, 2023). En general, tanto *in vitro* como *in vivo*, se ha descrito que el tratamiento induce autofagia en el GB, y que esta autofagia tiene un papel citoprotector, incluso si nos centramos específicamente en las GSC. Jandrey toma claramente partido (aunque en general no es así) por la autofagia como un mecanismo adaptativo para la supervivencia, frente al mecanismo de muerte que se verá a continuación. Jandrey no encuentra una evidencia clara para un papel de la autrofagia promotor de la muerte del tumor, y si esto ocurre es en condiciones *suprafisiológicas* e *in vitro*; incluso datos preclínicos y clínicos indican que la autofagia a lo que contribuye es a una respuesta adaptativa protumoral, de manera que, y en consecuencia, se habrían de utilizar inhibidores de la autofagia en el tratamiento del GB (Jandrey *et al.*, 2021). En este sentido, prometedores resultados se han obtenido en pacientes con gliomas cuando se han utilizado derivados del inhibidor de autofagia cloroquina (o inhibidores de autofagia en general) en combinación sinérgica con la terapia convencional (Manea y Ray, 2023). Otros resultados experimentales también muestran un papel de supervivencia en el GB para tipos de autofagia diferentes a la macroautofagia: concretamente se ha descrito que las células del GB se benefician de la autofagia mediada por chaperonas de los pericitos peritumorales, con los que interaccionan físicamente. Incluso a esta misma función promotora del crecimiento y de resistencia al tratamiento en el GB, también contribuyen rutas proteolíticas no autofágicas como el sistema proteasomal mediado por ubiquitina: existe una interrelación entre este sistema y la autofagia para facilitar un papel citoprotector en el GB, habiendo una degradación de componentes de un sistema por el otro, así como una activación compensatoria de la autofagia en el caso de inhibición del proteasoma (Visintin y Ray, 2022).

Paradójicamente, al menos aparentemente, se ha demostrado que la autofagia actúa también como un mecanismo de muerte para el tumor, pues

la inhibición de la autofagia promueve la supervivencia. Es más, se ha clasificado a la autofagia como una forma de muerte celular programada, junto a la apoptosis y a la necroptosis. Desde esta perspectiva, el beneficio para el paciente se lograría activando la autofagia, logrando superar así la resistencia del GB a las terapias proapoptóticas. Conscientes de este potencial, hace aproximadamente quince años aparecieron ya las primeras revisiones de terapias para el GB basadas en la inducción de muerte autofágica. De este modo, y más recientemente, el polifenol natural *curcumin* tiene como diana a las GSC por medio de la inducción de autofagia lograda inhibiendo mTOR: esto sensibiliza a las GSC a la radio y quimioterapia, impidiendo así la resistencia terapéutica y posterior recurrencia. También en este sentido, cuando se utilizan virus oncolíticos como vehículos terapéuticos (viroterapia) frente al GB, lo que se induce es autofagia citotóxica como mecanismo de muerte celular (Kamynina *et al.*, 2021). En la actualidad, son numerosos los estudios que indican que los GB son más sensibles a una sobreactivación de la autofagia que conduzca a la muerte celular dependiente de autofagia.

Lo expuesto en este apartado hace válida la tan repetida metáfora *La autofagia, una espada de doble filo.* Destaca el elevado número de revisiones publicadas (sólo citamos algunas) con la conclusión final de que la autofagia juega un doble papel, promotor y supresor de tumores, en la patogénesis y terapia del GB (Kamynina *et al.*, 2021; Manea y Ray, 2021; Kundu *et al.*, 2024; Meena y Jha, 2024). Incluso rutas de señalización implicadas en autofagia (pero no específicas de autofagia, pues regulan también otras vías), como *extracellular signal-regulated kinase1/2* (ERK1/2), *class I phosphatidylinositol 3-phosphate kinase* (PI3K)/AKT/*mammalian target of rapamycin* (mTOR) y *nuclear factor kappa-B* (NF-κB), pueden proteger a las células o actuar como supresores frente a la toxicidad inducida por la radio/quimioterapia durante la gliomagénesis (Feng *et al.*, 2019; Kundu *et al.*, 2024). En consecuencia, ha habido cuantiosas propuestas tanto para inhibir como para activar la autofagia en la terapia del GB, para funcionar como monoterapias o en combinación, teniendo como dianas moléculas de las rutas de señalización que acabamos de nombrar o de la autofagia en sí misma, y algunos de estos inhibidores o inductores ya están teniendo un largo recorrido clínico (Manea y Ray, 2021; Wan *et al.*, 2023). Desgraciadamente, por el momento este papel dual hace que sea incierto el efecto terapéutico de la regulación de la autofagia en los gliomas.

7. Conclusiones

El objetivo general de este trabajo era introducir, (meta)revisar, sistematizar y exponer el estado del arte sobre el papel (dual) de la autofagia en el GB humano. Para ello, se consultaron las 50 *reviews* totales en revistas científicas internacionales obtenidas de la búsqueda en PubMed con las palabras glio* y autopha* ambas en el título del artículo. Respecto al tema que nos ocupa y, en general, referido a la autofagia, señalar que, fundamentalmente desde hace dos décadas, el número de publicaciones (que no sean revisiones) recogidas en PubMed es elevadísimo. Esta gran cantidad de información, junto a la complejidad propia del proceso de autofagia y a los variados métodos desarrollados para su estudio, hizo necesaria la publicación de varias guías (coordinadas por D. Klionsky) en la última década con la finalidad de unificar y consensuar, de evitar errores de aplicación y de facilitar la investigación, todo ello en el campo de estudio de la autofagia. Pero además del problema de la normalización del contenido y de la metodología de la autofagia, cabe subrayar también el problema de la diversidad de sistemas experimentales utilizados en la investigación de la autofagia y de su implicación en el GB, a saber: biopsias médicas/quirúrgicas y necropsias de GB, líneas celulares de GB, cultivos primarios realizados a partir de muestras de GB, estas líneas y cultivos primarios (ambos tratados o no *in vitro*) inoculados en un animal (xenografías), explantes de GB, modelos 3D de GB, modelos murinos de GB, estudios epidemiológico-clínicos y/o bioinformáticos a partir de bases de datos o no. Esta metarevisión se ha realizado a partir de resultados y conclusiones procedentes de todos estos modelos experimentales: tal vez, una metarevisión sobre la autofagia en el GB con apartados para los resultados y conclusiones de cada sistema experimental por separado sería necesaria. A nuestro juicio, para evitar el retroceso en los conocimientos sobre un tema (como el de este capítulo), es fundamental: 1) definir bien el sistema experimental utilizado así como la función que cumple dicho estudio; es decir, si probar una hipótesis *in vivo* resulta difícil y nos vamos a una línea celular, entonces se ha de aclarar que era un paso y resultado previos para ir más adelante a un estudio *in vivo*, y que no era un resultado que se puede extender más allá de la línea celular; y 2) no extrapolar un resultado obtenido, por ejemplo, *in vitro* a un sistema *in vivo*, en definitiva, circunscribir bien los resultados a su sistema y no extender las conclusiones: ha de quedar bien claro qué es lo que realmente se ha demostrado y sus sesgos de aplicación.

Las características histológicas para el diagnóstico clásico del GB que lo diferencian de los grados anteriores, parece ser una cuestión de cantidad (frecuencia) y no de cualidad (mitosis, atipia, diferenciación), excepto la presencia en el GB (y no en gliomas GI-GIII) de necrosis y/o de proliferación endotelial y microvascular (Interesante ver los cambios que se introducen para los gliomas en las dos últimas clasificaciones de la OMS, a saber, 2016 y 2021). Incluso la presencia de *cancer stem cells,* aquí GSC, es común. Incluso la contribución de determinadas rutas de señalización intracelular que están implicadas en la carcinogénesis de los tumores gliales como, por ejemplo, PI3K/AKT/mTOR, JAK2/STAT3, ERK1/2, NF-κB y la proteína prión celular (PrPC). Incluso la contribución de la autofagia, que es el tema de este trabajo. Y no sólo entre gliomas en general y el GB, sino que no parecen ser características que no se hallen también en otros tumores, por lo que cabría preguntarse qué es específico en el GB (y en los gliomas en general). Tal vez, o al menos no tan común, lo sea la prácticamente ausencia de metástasis, su comportamiento infiltrativo difuso, su genoma altamente mutado, su capacidad para regular el microambiente inmune y, por último, la dependencia de la barrera hematoencefálica. O tal vez lo específico en el GB es la propia exacerbación de las notas neoplásicas comunes: rápido crecimiento y gran capacidad para sobrevivir (gran resistencia a la muerte celular) al medio y al tratamiento ambos hostiles. En cualquier caso, sobre estas bases moleculares-celulares-histológicas debemos fundamentar las características clínicas de frecuencia, diagnóstico, pronóstico y terapia, sobre todo las nefastas consecuencias de resistencia y recurrencia. Debido a (i) diferentes evidencias experimentales que relacionan a la autofagia con el GB y a (ii) las funciones descritas para la autofagia, muchas investigaciones actuales van dirigidas a saber si las propiedades tumorales de los GB, o algunas de ellas, están mediadas, al menos en parte, por la autofagia (convirtiéndola en un *target* preferente de intervención terapéutica) y, si es así, cual es el mecanismo regulador. Y es que el proceso de autofagia ofrece en sí mismo una posibilidad de regulación de la evolución tumoral del GB en nuestro beneficio.

Los estudios realizados en los últimos aproximadamente quince años sobre el rol de la autofagia en el GB (y mucho de lo aquí escrito para el GB se puede extender a los gliomas en general), con *(por)* la complejidad subyacente a que hemos hecho referencia arriba, no ha permitido concluir inequí-

vocamente si la autofagia tiene una función *prosupervivencia* o *promuerte* en las células del GB (mejor las dos), o, más bien, en qué sentido regular, y óptimamente, los niveles de un proceso con tantos pasos, altamente controlado, como la autofagia, para que resulte positivo para el paciente. Se están buscando posibles dianas moleculares de actuación sobre la autofagia en el GB, y se continúan realizando ensayos clínicos con los posibles nuevos fármacos hallados. Aunque sigue habiendo falta de consenso respecto al papel de la autofagia en el desarrollo y tratamiento del GB, Ulasov ha propuesto una terapia que combine los tratamientos antiglioma clásicos y mediadores de autofagia. Como conclusión final, a partir de los datos examinados elaboramos la siguiente teoría: la autofagia en las condiciones *normales* del GB, a saber, ambiente hostil y daño debido al tratamiento, está elevada y tiene una función de supervivencia del GB (por tanto, la acción terapéutica consistiría en inhibirla); sin embargo, una elevación todavía mayor de la autofagia (supuestamente no en extensión sino en intensidad/célula, aunque algunos autores afirman que esas son condiciones suprafisiológicas; en definitiva, ¿cuánto mayor?) causa la muerte del GB.

8. Referencias

Batara, D. C., Choi, M. C., Shin, H. U., Kim, H., & Kim, S. H. (2021). Friend or Foe: Paradoxical Roles of Autophagy in Gliomagenesis. *Cells, 10*(6), 1411. doi:10.3390/cells10061411

Chen, J., Rodriguez, A. S., Morales, M. A., & Fang, X. (2023). Autophagy Modulation and Its Implications on Glioblastoma Treatment. *Current Issues in Molecular Biology, 45*(11), 8687-8703. doi:10.3390/cimb45110546

Colella, B., Faienza, F., & Di Bartolomeo, S. (2019). EMT Regulation by Autophagy: A New Perspective in Glioblastoma Biology. *Cancers (Basel), 11*(3), 312. doi:10.3390/cancers11030312

Feng, F., Zhang, M., Yang, C., Heng, X., & Wu, X. (2019). The dual roles of autophagy in gliomagenesis and clinical therapy strategies. *Biomedicine and Pharmacotherapy*, 120:109441. doi:10.1016/j.biopha.2019.109441

Jandrey, E. H., Bezerra, M., Inoue, L. T., Furnari, F. B., Camargo, A. A., & Costa, E. T. (2021). A Key Pathway to Cancer Resilience: The Role of Autophagy in Glioblastomas. *Frontiers in Oncology*, 11:652133. doi:10.3389/fonc.2021.652133

Kamynina, M., Tskhovrebova, S., Fares, J., Timashev, P., Laevskaya, A., & Ulasov, I. (2021). Oncolytic Virus-Induced Autophagy in Glioblastoma. *Cancers (Basel), 13*(14), 3482. doi:10.3390/cancers13143482

Kundu, M., Das, S., Dey, A., & Mandal, M. (2024). Dual perspective on

autophagy in glioma: Detangling the dichotomous mechanisms. *Biochimica et Biophysica Acta Reviews on Cancer, 1879*(5), 189168. doi:10.1016/j.bbcan.2024.189168

Manea, A. J., & Ray, S. K. (2021). Regulation of autophagy as a therapeutic option in glioblastoma. *Apoptosis, 26*(11-12), 574-599. doi:10.1007/s10495-021-01691-z

Manea, A. J., & Ray, S. K. (2023). Advanced Bioinformatics Analysis and Genetic Technologies for Targeting. *Cells, 12*(6), 897. doi:10.3390/cells12060897

Meena, D., & Jha, S. (2024). Autophagy in glioblastoma: A mechanistic perspective. *International Jorunal of Cancer, 155*(4), 605-617. doi:10.1002/ijc.34991

Molina, M. L., García-Bernal, D., Martinez, S., & Valdor, R. (2019). Autophagy in the Immunosuppressive Perivascular Microenvironment of Glioblastoma. *Cancers (Basel), 12*(1), 102. doi:10.3390/cancers12010102

Simpson, J. E., & Gammoh, N. (2020). The impact of autophagy during the development and survival of glioblastoma. *Open Biology, 10*(9), 200184. doi:10.1098/rsob.200184

Ulasov, I. V., Lenz, G., & Lesniak, M. S. (2018). Autophagy in glioma cells: An identity crisis with a clinical perspective. *Cancer Letters, 428*, 139-146. doi:10.1016/j.canlet.2018.04.034

Ulasov, I., Fares, J., Timashev, P., & Lesniak, M. S. (2020). Editing Cytoprotective Autophagy in Glioma: An Unfulfilled Potential for Therapy. *Trends in Molecular Medicine, 26*(3), 252-262. doi:10.1016/j.molmed.2019.11.001

Visintin, R., & Ray, S. K. (2022). Intersections of Ubiquitin-Proteosome System and Autophagy in Promoting Growth. *Cells, 11*(24), 4063. doi:10.3390/cells11244063

Wan, S., Zhang, G., Liu, R., Abbas, M. N., & Cui, H. (2023). Pyroptosis, ferroptosis, and autophagy cross-talk in glioblastoma opens up new avenues for glioblastoma treatment. *Cell Communication and Signaling, 21*(1), 115. doi:10.1186/s12964-023-01108-1

UNA APROXIMACIÓN A LA COHERENCIA TEÓRICA DEL *NEW PUBLIC MANAGEMENT* Y DEL *NEW PUBLIC SERVICE* EN EL ESTUDIO DE LA TRANSPARENCIA UNIVERSITARIA

Aina García Puche
Universidad de Alicante

1. Introducción

La transparencia emerge como problema público a finales de la década de 1970 (Monier *et al.*, 2022) vinculada al *New Public Management* (NPM). Tal y como se ha señalado desde la literatura especializada, el NPM nace merced al avance de las políticas neoliberales (Erkkilä, 2020) en países de tradición anglosajona. Como consecuencia, esta corriente toma como ejemplo las lógicas operativas del mercado y promulga su adopción en el sector público (Ramírez y Tejada, 2018). Así, bajo el principio de modernización administrativa, y persiguiendo los ideales de eficiencia y eficacia, se conviene la necesidad de descentralizar y externalizar servicios, reducir el cuerpo de trabajadores públicos y transformar el vínculo entre administración y ciudadanía. Esta última pasa a concebirse como un cliente, con un rol pasivo, y se limita a consumir bienes y servicios (Pereira López y Jaráiz Gulías, 2015).

Desde el NPM se dedicaron los esfuerzos a construir todo un corpus teórico y empírico orientado a demostrar los beneficios de la neoliberalización administrativa. Es precisamente en este proceso en el que los conceptos de transparencia, rendición de cuentas y participación ciudadana comienzan a adquirir relevancia, por su capacidad para proporcionar la legitimidad necesaria para garantizar la continuidad del sistema político-administrativo (Monier *et al.*, 2022). Esta corriente ha permeado hasta la actualidad la producción científica que toma la transparencia como objeto de estudio. De ella se han generado investigaciones que postulan, entre otras cuestiones,

la transparencia como mecanismo para combatir la corrupción (Arayankalam *et al.*, 2021), como elemento que fomenta la confianza ciudadana en las instituciones (Mansoor, 2021), la eficiencia en la gestión (Benito *et al.*, 2021) y que mejora la reputación de una organización (Borzino *et al.*, 2023).

Frente a este paradigma hegemónico de halo neoliberal en el estudio de la transparencia, surge en los 2000 una contestación socialdemócrata (Denhardt y Denhardt, 2015): el New Public Service (NPS). Esta nueva visión revierte la concepción de cliente al considerar al «ciudadano como sujeto activo de derechos» (Pereira López y Jaráiz Gulías, 2015, 79). La productividad de la administración queda en un segundo plano y empieza a apostarse por el bienestar y la satisfacción de las necesidades de la población (Denhardt y Denhardt, 2015). De esta forma, las instituciones deben implicar a la ciudadanía en la gestión de lo público y en el proceso de toma de decisiones.

Bajo este nuevo paraguas, los conceptos de transparencia y rendición de cuentas son resignificados: la publicación y justificación de las actuaciones públicas se orientan hacia la conformación de una ciudadanía informada y crítica (Monier *et al.*, 2022; Pereira López y Jaráiz Gulías, 2015) en pro de su participación efectiva en los procesos políticos. Ahora sí, estos mecanismos deben permitir a la ciudadanía fiscalizar la actuación pública (Ros-Medina, 2020) y sirven como elementos articuladores de los sistemas democráticos (Denhardt y Denhardt, 2015). De ello se desprende que no todo ejercicio de publicación de información en manos de una organización es un ejercicio de transparencia, sino que esta información debe resultar útil a la ciudadanía.

El NPS no ha dado lugar a la vasta literatura que ha tomado como marco de referencia el NPM. Además, este abordaje adolece de un marcado carácter teórico y una ausencia de investigaciones empíricas. Este trabajo trata de aterrizar las ideas de ambas corrientes al estudio de la transparencia universitaria. A tal efecto se plantea el siguiente objetivo: comprobar si los postulados del *New Public Management* y del *New Public Service* en torno a la transparencia universitaria pueden ser agrupados en función de su corriente de procedencia.

2. Metodología

Nos encontramos ante una aproximación exploratoria a la manifestación empírica de la forma en que los postulados del NPM y del NPS pueden ser agrupados en virtud de las respuestas de la población. Se optó por el método

cuantitativo para el desarrollo de la investigación, empleando la encuesta como técnica de recogida de datos. Se diseñó un cuestionario para ser autoadministrado a través de la plataforma *Qualtrics*. Intentando minimizar la tasa de no respuesta y de abandono, siguiendo las recomendaciones de Crawford *et al.* (2001), se optó por generar un cuestionario cuyo tiempo de respuesta fuese inferior a los 10 minutos.

El universo poblacional es la comunidad universitaria de la Universidad de Alicante. En ausencia de un marco muestral de referencia a través del cual acceder nuestra población de estudio se optó por un muestreo no probabilístico por autoselección, ello implica que los resultados no pueden ser inferidos al conjunto de la población (Couper, 2000). No obstante, esto no invalida el análisis estadístico para una primera aproximación al fenómeno. El cuestionario estuvo abierto para la recepción de respuestas entre el 30 de abril y el 17 de mayo de 2025. La muestra final está conformada por 862 casos: 327 PDI, 286 PTGAS y 249 estudiantes.

Tabla 1. Pruebas de normalidad univariada.

	Kolmogorov-Smirnov[a]			**Shapiro-Wilk**		
	Estadístico	**gl**	**Sig.**	**Estadístico**	**gl**	**Sig.**
NPM1	,345	556	,000	,666	556	,000
NPM2	,373	556	,000	,630	556	,000
NPM3	,217	556	,000	,867	556	,000
NPM4	,304	556	,000	,729	556	,000
NPS1	,237	556	,000	,817	556	,000
NPS2	,346	556	,000	,681	556	,000
NPS3	,347	556	,000	,696	556	,000
NPS4	,358	556	,000	,642	556	,000

[a]Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: elaboración propia.

La técnica de análisis empleada fue el análisis factorial exploratorio. Tal y como señalan Rodríguez Jaume y Mora Catalá (2001), la aplicación de esta técnica está sujeta al cumplimiento del supuesto de normalidad. Si bien el estadístico Kolmogorov-Smirnov (ver tabla 1) no arroja una distribución normal ($p < 0,05$), se optó por continuar con el análisis, dado el carácter exploratorio de esta publicación.

3. Resultados

Como primera aproximación a la coherencia teórica de las corrientes del *New Public Management* y del *New Public Service*, podemos centrarnos en la distribución de las medias de cada variable. Si se produjese una correspondencia entre los planteamientos teóricos y la realidad, la media de las cuatro variables que componen el NPM resultaría semejante y tendría diferencias con las del NPS, lo mismo debería ocurrir con esta segunda corriente.

Como se puede apreciar en la figura 1, en todas las variables la media obtenida, a partir de las respuestas de la comunidad universitaria de la Universidad de Alicante, queda por encima del 4 sobre 5, a excepción de la variable que refiere a la influencia de la transparencia en la eficiencia en la gestión universitaria (NPM3) que queda por debajo del 2,5. La variable mejor valorada, con una media de 4,514, es aquella que sostiene que la transparencia genera confianza en el funcionamiento de la Universidad (NPM2), tras esta encontramos la que señala la importancia de que la información resulte útil a los miembros de la comunidad universitaria (NPS3) con un 4,388. Esto puede llevar a la lectura de que más información no necesariamente implica una mayor transparencia real o, en este caso, percibida, en tanto que una sobrepublicación puede resultar contraproducente y dificultar el acceso a los datos deseados.

Algo parecido ocurre con la atribución a la transparencia de un papel fortalecedor de los valores democráticos dentro de la institución universitaria (NPS4), con una media de 4,387. A la valoración de estos ítems sigue la influencia de la transparencia en la reputación de la Universidad (NPM1), 4,267, y la consideración de la transparencia como mecanismo para prevenir la corrupción dentro de la institución universitaria (NPM4), 4,245. Por último, con una media ligeramente inferior, 4,018, tenemos la influencia de la transparencia en la participación de la comunidad universitaria en el proceso de toma de decisiones dentro de la institución (NPS1).

Los valores hasta aquí descritos nos sirven para tener una fotografía de las valoraciones de la población universitaria de cada uno de los postulados. Sin embargo, para ver cómo estas variables se agrupan en constructos latentes, debemos recurrir a otras técnicas estadísticas. Tal es el caso del análisis factorial en su modalidad exploratoria.

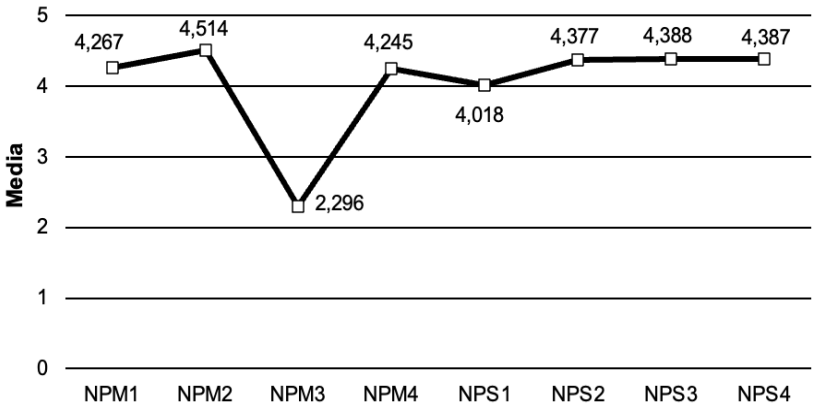


Figura 1. Media de los ítems construidos a partir de los postulados del *New Public Management* y el *New Public Service*.
Fuente: elaboración propia.

Desde la literatura especializada se recomienda, para valorar si es adecuada la aplicación de la técnica, que el determinante de la matriz y el test de Bartlett se sitúen por debajo de 0,05 y la prueba de KMO por encima de 0,5 (Rodríguez Jaume y Mora Catalá, 2001). En nuestro caso el determinante de la matriz (p = 0,278) arroja un resultado por encima del deseable (ver tabla 2). Sin embargo, KMO (p = 0,798) y el test de Bartlett (p = 0,000) se sitúan entre los valores recomendados (ver tabla 3). A pesar de la cifra del determinante de la matriz, en virtud de estas dos últimas pruebas puede resultar idóneo continuar con la aplicación del análisis factorial.

Tabla 2. Matriz de correlaciones[a.]

		NPM1	**NPM2**	**NPM3**	**NPM4**	**NPS1**	**NPS2**	**NPS3**	**NPS4**
Correlación	NPM1	1,000	,193	,026	,122	,096	,220	,036	,264
	NPM2	,193	1,000	,129	,456	,496	,393	,193	,308
	NPM3	,026	,129	1,000	,205	,204	,149	,028	,138
	NPM4	,122	,456	,205	1,000	,410	,298	,165	,247
	NPS1	,096	,496	,204	,410	1,000	,448	,182	,260
	NPS2	,220	,393	,149	,298	,448	1,000	,120	,386
	NPS3	,036	,193	,028	,165	,182	,120	1,000	,072
	NPS4	,264	,308	,138	,247	,260	,386	,072	1,000

		NPM1	NPM2	NPM3	NPM4	NPS1	NPS2	NPS3	NPS4
Sig. (unilateral)	NPM1		,000	,258	,001	,008	,000	,180	,000
	NPM2	,000		,001	,000	,000	,000	,000	,000
	NPM3	,258	,001		,000	,000	,000	,240	,000
	NPM4	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	NPS1	,008	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	NPS2	,000	,000	,000	,000	,000		,001	,000
	NPS3	,180	,000	,240	,000	,000	,001		,036
	NPS4	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,036	
[a]Determinante = ,278									

Fuente: elaboración propia.

Tabla 3. Prueba de KMO y Bartlett.

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		**,798**
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	805,738
	gl	28
	Sig.	,000

Fuente: elaboración propia.

Como comentábamos, nos encontramos ante un análisis factorial exploratorio, ya que no existen trabajos previos que aborden la forma en que las variables observables creadas para este trabajo se estructuran para la construcción de otras latentes. En estos casos, Rodríguez Jaume y Mora Catalá (2001) recomiendan, siguiendo la regla de Kaiser, fijarse en los autovalores (*eigenvalues*) para la extracción de factores, intentando que estos se sitúen por encima de 1. Los datos señalan, por tanto, la conveniencia de crear dos factores (ver tabla 4), tal y como estaba planteado en el diseño de los ítems, aunque solo explicamos el 47,7 % de la varianza total. Esta misma información es ratificada por el gráfico de sedimentación (ver figura 2).

Tabla 4. Varianza total explicada.

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,735	34,190	34,190	2,735	34,190	34,190
2	1,081	13,519	47,709	1,081	13,519	47,709
3	,985	12,306	60,015			
4	,836	10,452	70,468			
5	,733	9,164	79,632			
6	,645	8,062	87,693			
7	,521	6,517	94,210			
8	,463	5,790	100,000			

Fuente: elaboración propia.

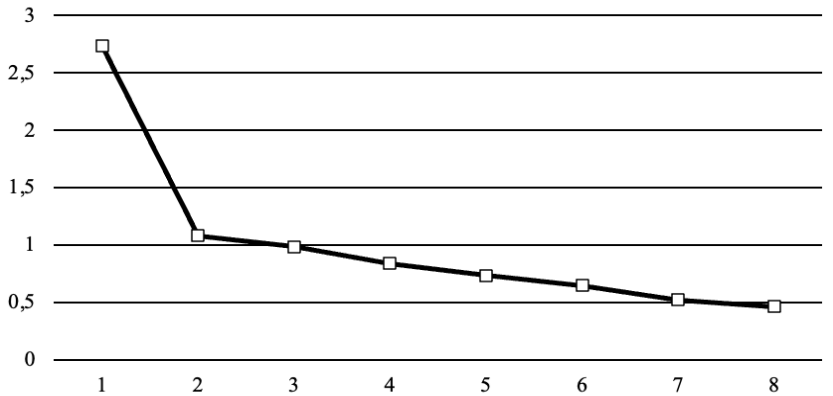


Figura 2. Gráfico de sedimentación. Fuente: elaboración propia.

Tal y como podemos observar en la tabla 5, no existe una correspondencia entre los planteamientos teóricos del *New Public Management* y del *New Public Service* a ojos de la comunidad universitaria. Es decir, si la propuesta inicial era que un factor estuviese compuesto por las variables NPM1, NPM2, NPM3 y NPM4 y otro factor se conformase de las variables NPS1, NPS2, NPS3 y NPS4, los datos arrojan que existe una asociación entre NPS1, NPM2 y NPM4, dando origen al factor 1, y entre NPM1, NPS2 y NPS4, se genera así el factor 2 (ver tabla 4). Además, las variables NPM3 y NPS3 no se integran dentro de ningún grupo.

Tabla 5. Matriz de componente rotado[a].

	Variables	Componente	
		1	2
NPS1	Transparencia como garante de la participación de la comunidad universitaria en el proceso de toma de decisiones dentro de la Universidad	,728	
NPM4	Transparencia como mecanismo efectivo para prevenir la corrupción en la Universidad	,681	
NPM2	Transparencia como generadora de confianza en el funcionamiento de la Universidad	,652	
NPS3	Publicación de información útil para todos los miembros de la comunidad universitaria		
NPM3	Transparencia implica una gestión eficiente en la Universidad		
NPM1	Influencia de la transparencia en la reputación de la Universidad		,781
NPS4	Transparencia como fortalecedora de los valores democráticos dentro de la comunidad universitaria		,702
NPS2	Transparencia como dispositivo que fomenta el espíritu crítico de la comunidad universitaria		,568

Método de extracción: análisis de componentes principales.
Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.
[a] La rotación ha convergido en 3 iteraciones.

Fuente: elaboración propia.

La pregunta entonces es si existe alguna estructura en los factores. Es decir, si tiene sentido que se agrupen de esa forma. Bien, el primer factor claramente apunta hacia la transparencia como elemento articulador de actitudes y comportamientos, tanto de la ciudadanía como de la propia institución, y el segundo factor puede conceptualizarse como transparencia como marco ideológico.

De una forma concreta, el primer factor conecta la confianza en la institución universitaria (NPS2), algo que podría entenderse como una mayor predisposición a creer que la Universidad de Alicante funciona de forma adecuada sin necesidad de un control efectivo por parte de la propia comunidad universitaria siempre que este organismo publique información sobre su actividad y funcionamiento (actitud positiva hacia la institución), con el

control de la corrupción (NPM4), hecho que imbrica con la actuación de la organización, y con la participación de la comunidad universitaria (NPM2), a saber, con la forma de relacionarse de los distintos colectivos con la institución.

Esta visión de la transparencia como marco actitudinal y comportamental puede resultar reduccionista e, incluso, contraproducente. Si la transparencia únicamente contribuye a modificar el comportamiento de la administración, en el caso que nos abarca, de la Universidad de Alicante, y la forma en que la ciudadanía tiene de verla y de relacionarse con ella, podemos encontrarnos ante un hecho coyuntural, que responde a un contexto particular en el que la publicación de información sobre la actividad de una organización se ha convertido en el mantra a seguir. Dicho de otra forma, la transparencia es una etiqueta usada por las instituciones por la serie de beneficios que ser transparente puede llegar a reportar, el comportamiento organizacional es adaptado a lo socialmente deseable, no porque exista un compromiso real de la entidad o porque se crea en la transparencia. De la misma forma en que las organizaciones han moldeado su comportamiento para cumplir con las demandas de información por parte de la sociedad, podrían transformar sus políticas en el sentido contrario si la transparencia dejase de ser un principio que rige los sistemas democráticos.

En el caso de la ciudadanía ocurre algo parecido: si la etiqueta de «transparente» influye en la visión, la actitud o la valoración una organización, sin reparar en cómo esta ha alcanzado ese estatus o si, a pesar de cumplir con los requisitos de publicación, no se satisface con las necesidades personales, bien por el tipo de información puesta a disposición del público o bien por la forma de presentarla, la idea de transparencia puede terminar perdiendo su sustrato. Nos encontramos ante una perversión del principio de transparencia que puede manifestarse en un intento de las organizaciones de obstaculizar el acceso de la ciudadanía a la información, a través de estrategias como la sobrepublicación de información. Por tanto, esta concepción atribuye a la transparencia un valor instrumental y parte de una visión utilitarista: qué *outputs* puede obtener una organización merced a la publicación de información.

Por contra, en el segundo factor se agrupan las variables que apuntan hacia la transparencia como dispositivo que fomenta el espíritu crítico (NPS2) y que fortalece los valores democráticos dentro de la comunidad universitaria (NPS4), y la que sostiene que la transparencia influye en la reputación de la

Universidad (NPM1). Este factor denota un mayor trasfondo que el primero: mientras que desde el primer factor se produce un cambio en la forma de actuar de las organizaciones y la ciudadanía por adaptación, sin que necesariamente se produzca un proceso reflexivo, desde este segundo factor la transparencia es un elemento que se inscribe en nuestro modo de pensar, casi como un marco cognitivo, y por extensión transforma las actitudes y los comportamientos.

Así, el valor de la transparencia es intrínseco y esta adquiere tintes estructurales. La pregunta ya no es cuáles son los *outputs* organizativos de la publicación de información, sino cómo nos moldea, a la par que nos beneficia, como sociedad el principio de transparencia. Asimismo, adquieren relevancia cuestiones como por qué, para quién y cómo se puede ser transparente.

4. Conclusiones

En el presente capítulo hemos explorado la valoración de los postulados procedentes del *New Public Management* y del *New Public Service* por parte de la comunidad universitaria de la Universidad de Alicante. En líneas generales, podemos señalar que existe una gran aceptabilidad de estos axiomas, a excepción de aquel que refiere a la influencia de la transparencia en la eficiencia en la gestión.

De igual manera, hemos contrastado si existía una correspondencia de los postulados teóricos de una y otra corriente en su manifestación empírica. A este respecto, debemos advertir que el NPM y el NPS no se expresan como tipos ideales diferenciados ni contradictorios, como parece ocurrir en el plano de la discusión académica, para la población universitaria. Más bien parecen ser complementarios: el análisis factorial exploratorio revelaba la coexistencia de proposiciones provenientes de ambas corrientes en los dos factores creados. Así, en el marco de este capítulo sostenemos la necesidad de conjugar ambas perspectivas en el planteamiento de investigaciones que pretendan abordar el fenómeno de la transparencia universitaria.

Si bien no podemos ni rechazar ni aceptar la existencia de una coherencia teórica en el *New Public Management* y en el *New Public Service* a raíz de esta publicación de carácter exploratorio, debemos señalar la necesidad de ahondar en esta distinción en futuros trabajos, quizás aplicándolas a otros conceptos de creciente interés público como son el de participación ciudadana o el de rendición de cuentas, planteando como hipótesis de partida que no se produce una correspondencia entre las líneas teóricas a ojos de la ciudadanía.

Como últimas palabras y sin perjuicio de lo anterior, es necesario recalcar que la idea de transparencia en su particular expresión en el ámbito universitario puede ser abordada a través de, al menos, dos dimensiones, esta idea compone la principal aportación de esta publicación al acervo de conocimiento sobre este objeto de estudio. Por tanto, la transparencia universitaria puede entenderse como un marco que guía actitudes y comportamientos de la comunidad universitaria y de la propia institución. Esta noción arrastra notables limitaciones, pues no atribuye a la transparencia la capacidad de permear las cosmovisiones de la sociedad. En última instancia, la transparencia puede ser un marco cognitivo que moldea el modo que tienen las instituciones de educación superior de pensarse a sí mismas y de hacerlo en relación con la comunidad universitaria. De igual forma, bajo este paradigma, los *stakeholders* incorporan la transparencia universitaria en su estructura mental, resignificando y transformando su vínculo con la entidad.

5. Referencias

Arayankalam, J., Khan, A. y Krishnan, S. (2021). How to deal with corruption? Examining the roles of e-government maturity, government administrative effectiveness, and virtual social networks diffusion. *International Journal of Information Management, 58*(102203), 1-24. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102203

Benito, B., Guillamón, M.-D. y Ríos, A.-M. (2021). Transparency and efficient management in local governments. *Cities, 115*(103234), 1-5. https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103234

Borzino, N., Fatas, E. y Peterle, E. (2023). In transparency we trust an experimental study of reputation, transparency, and signaling. *Journal of Behavioral and Experimental Economics, 106*(102061), 1-10. https://doi.org/10.1016/j.socec.2023.102061

Couper, M.P. (2000). Web surveys: a review of issues and approaches. *Public Opinion Quarterly, 64*(4), pp.464-494. https://doi.org/10.1086/318641

Crawford, S.D., Couper, M.P. y Lamias, M.J. (2001). Web surveys perceptions of burden. *Social Science Computer Review, 19*(2), 146-162. https://doi.org/10.1177/089443930101900202

Cuadrado-Ballesteros, B.; Ríos, A.-M. y Guillamón, M.-D. (2023). Transparency in public administrations: a structured literature review. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management, 35*(5), 537-567. https://doi.org/10.1108/JPBAFM-10-2022-0158

Denhardt, J.V. y Denhardt, R.B. (2015). The New Public Service Revisited. *Public Administration Review, 75*(5), 664-672. http://www.jstor.org/stable/24757439

Erkkilä, T. (2020). *Transparency in public administration*. Oxford Research Encyclopedia of Politics. https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1404

Hong, S., Kim, B. y Lee, S.Y. (2023). A public health crisis in the university: Impact of crisis response strategies on universities' transparency and post-crisis relationships during COVID 19 pandemic. *Public Relations Review, 49*(1), 1-8. https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102287

López-Aguado, M., y Gutiérrez-Provecho, L. (2019). Com dur a terme i interpretar una anàlisi factorial exploratòria utilitzant SPSS. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 12*(2), 1-14. https://doi.org/10.1344/reire2019.12.227057

Mansoor, M. (2021). Citizens' trust in government as a function of good governance and government agency's provision of quality information on social media during COVID-19. *Government Information Quarterly, 38*(4), 101597, 1-14. https://doi.org/10.1016/j.giq.2021.101597

Monier, F., Toledano, L.F., Pubill, J. y Rubí, G. (2022). Introducción. En F. Monier, L.F. Toledano, J. Pubill y G. Rubí (Eds.), *Las sombras de la transparencia. Secreto, corrupción y «Estado profundo» en la Europa Contemporánea* (9-20). Editorial Comares.

Pereira López, M. y Jaráiz Gulías, E. (2015). El Nuevo Servicio Público (NSP), un paradigma para la construcción de nuevos modelos metodológicos para el análisis de la administración pública. *RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 14*(2),73-93. https://doi.org/10.15304/rips.14.2.2727

Ramírez, Y. y Tejada, Á. (2018). Corporate governance of universities: improving transparency and accountability. *International Journal of Disclosure and Governance, 15*, 29-39. https://doi.org/10.1057/s41310-018-0034-2

Rodríguez Jaume, M. J., y Mora Catalá, R. (2001). *Estadística informática: casos y ejemplos con el SPSS*. Publicaciones de la Universidad de Alicante.

Ros-Medina, J.L. (2024). Solicitudes de acceso a la información pública en España e influencia político-institucional (2014-2020). *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, (187), 107-128. https://doi.org/10.5477/cis/reis.187.107-128

Rubio Hurtado, M. J. y Berlanga Silvente, V. (2012) Cómo aplicar las pruebas paramétricas bivariadas t de Student y ANOVA en SPSS. *Caso práctico. REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 5*(2), 83-100.

Shingala, M. C. y Rajyaguru, A. (2015). Comparison of post hoc tests for unequal variance. *International Journal of New Technologies in Science and Engineering, 2*(5), 22-33.

HACIA UNA VALORACIÓN SOSTENIBLE: EL IMPACTO DE LOS CRITERIOS ESG EN EL MERCADO BURSÁTIL

Agustín González Pujana
Laura Reinoso Barbero
Universidad Villanueva

1. Introducción

En los últimos años, la inversión según los criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza, por sus siglas en inglés) ha experimentado un crecimiento significativo. Esta tendencia refleja una nueva mentalidad en la que algunos gobiernos, empresas e individuos consideran ciertos factores para asegurar que sus actividades sean socialmente responsables y respetuosas con el entorno. Muchas empresas e inversores están ajustando sus prácticas convencionales para integrar estos factores en su enfoque diario. Como resultado, han surgido términos nuevos como inversión ética y sostenible, inversión de impacto, inversión socialmente responsable (ISR) o ESG.

El concepto convencional de inversión, centrado exclusivamente en obtener rendimiento económico, está experimentando una transformación profunda. La creciente preocupación social por la sostenibilidad y sus diversas facetas, como el cambio climático, la revisión del modelo de crecimiento, la globalización, la mejora de la gobernanza empresarial y la creciente desigualdad, está dando lugar a un nuevo tipo de inversor comprometido. Este inversor busca que su capital se utilice conforme a criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG), combinando así rentabilidad financiera con responsabilidad social (Aranda, 2019).

El presente trabajo se centra en el sector bancario. Las prácticas sostenibles generan valor tanto para los bancos como para sus stakeholders dado que la integración de criterios ESG contribuye, entre otras cosas, a fortalecer la

reputación de la marca y a mejorar la percepción de los clientes e inversores, esto debería repercutir positivamente en el precio de las acciones. El objetivo principal de este estudio es analizar la relación entre los criterios ESG y el precio por acción de los bancos del IBEX 35 entre los años 2018 y 2022.

La primera parte de este trabajo plantea una revisión de la literatura sobre ESG, la evolución de las políticas ESG en el sector bancario y el papel de las agencias de calificación ESG, lo que permite resaltar una falta de estandarización en torno a un marco común de evaluación respecto a la validez y la aplicación práctica de los ratings ESG.

En la segunda parte se realizará un análisis estadístico utilizando el programa SPSS para determinar si existe una relación significativa entre los ratings ESG y el precio por acción de los bancos. El objetivo es identificar la existencia de relación entre los criterios ESG y la creación de valor para el accionista.

Basándose en los hallazgos obtenidos, se ofrecerán recomendaciones prácticas tanto para los inversores como para las instituciones financieras, con el objetivo de fomentar la integración de prácticas ESG que contribuyan a un desarrollo sostenible y al mismo tiempo generen valor para los accionistas y la sociedad en su conjunto.

2. Revisión de la literatura

La incorporación de los criterios ESG en las políticas corporativas no es una tendencia temporal. Las empresas que no consideren los efectos de sus prácticas o su gobernanza en el entorno o la sociedad estarán en desventaja frente a aquellas que sí lo hagan. Aquellas que no logren integrar adecuadamente los aspectos sociales, ambientales y de gobierno corporativo en sus políticas podrían enfrentarse a penalizaciones en el mercado o incluso quedar rezagadas frente a la competencia (Monroy, 2022).

2.1. **ESG**

ESG (Environmental, Social and Governance) es una abreviatura en el idioma inglés que se emplea para designar compañías que han implementado acciones destinadas a fomentar prácticas responsables en términos ambientales, sociales y de gobierno corporativo. Este es el significado de sus siglas:

ESG ambiental (E) abarca la preservación y protección del entorno natural y el medio ambiente. Las empresas se comprometen a considerar cómo sus decisiones y acciones pueden tener un impacto en el medio ambiente,

directa o indirectamente. La rentabilidad ya no es el único factor clave que se puede utilizar para evaluar la conveniencia de una actividad económica. Cada vez más personas tienen en cuenta los criterios ESG al consumir, lo que los convierte en elementos esenciales al tomar decisiones de inversión más responsables con el medio ambiente (Alonso, 2021).

ESG social (S) se refiere a cómo las empresas gestionan el posible impacto que puedan tener en todas aquellas personas que estén involucradas en su actividad, como empleados, proveedores y comunidades que puedan estar relacionadas con la empresa. Algunos de los principios que pueden influir en esta instancia pueden ser valores como la diversidad, la inclusión, el respeto por los derechos humanos, la atención sanitaria y la igualdad. Los aspectos sociales han ganado relevancia después de la postpandemia

ESG de gobernanza (G) se refiere a aspectos relacionados con la administración y el liderazgo de la empresa, incluyendo políticas internas, compensación de ejecutivos, estructura de los consejos de administración y controles internos, entre otros. Estos factores ESG en gobierno corporativo se centran principalmente en la transparencia y la ética empresarial. Además, son criterios que permiten evaluar y entender el impacto de los accionistas y la dirección en las empresas.

El término ESG engloba los criterios medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, constituyendo los aspectos no financieros más relevantes para las empresas. Son ampliamente empleados por analistas e inversores para evaluar la sostenibilidad de las compañías. Estos criterios renuevan y modernizan el enfoque tradicional de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), centrando la atención en estos tres pilares para determinar qué inversiones son responsables y sostenibles. Los expertos sostienen que las empresas que incorporen eficazmente estos valores en su estrategia tendrán mayores probabilidades de éxito y rentabilidad.

Adoptar una sólida estrategia de ESG puede proporcionar una amplia gama de beneficios para una organización, que incluyen mejora de la reputación corporativa, acceso a capital, resiliencia a largo plazo, atracción y retención de talento, innovación y competitividad y cumplimiento regulatorio (Monroy, 2023).

2.2. **Evolución de políticas ESG en el sector bancario**

En los últimos años, el sector bancario ha experimentado una transformación significativa en respuesta a la creciente presión para integrar consideraciones ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) en sus operaciones

y decisiones de inversión. A nivel internacional, organismos reguladores como el Banco de Pagos Internacionales (BIS) y el Consejo de Estabilidad Financiera (FSB) han reconocido la importancia de los riesgos ESG para la estabilidad financiera global. Como resultado, han surgido directrices y principios que instan a los bancos a evaluar y gestionar estos riesgos de manera más efectiva en sus operaciones y carteras de inversión.

En el ámbito europeo, la Unión Europea ha desempeñado un papel destacado en la promoción de la sostenibilidad en el sector financiero. La reciente introducción de la Taxonomía de la UE para la sostenibilidad establece criterios claros para determinar qué actividades económicas son consideradas sostenibles, lo que influye en las decisiones de inversión de los bancos. A nivel nacional, varios países han desarrollado marcos normativos específicos para regular las prácticas ESG en el sector bancario. Estos pueden incluir requisitos de divulgación de información sobre políticas ESG, directrices para la evaluación de riesgos ambientales y sociales, y medidas para fomentar la financiación sostenible a través de incentivos fiscales y financieros.

La respuesta de los bancos a estas regulaciones ha sido diversa y depende en gran medida de su enfoque y compromiso con la sostenibilidad. Algunas instituciones financieras líderes han asumido un papel proactivo, incorporando rápidamente los criterios ESG en sus procesos de toma de decisiones y desarrollando productos financieros sostenibles en línea con las nuevas regulaciones. Sin embargo, otros bancos pueden enfrentar desafíos para adaptarse a los nuevos estándares, especialmente si carecen de la infraestructura y la capacitación necesarias en materia de sostenibilidad. La creciente presión de los reguladores, accionistas y clientes impulsa a la industria bancaria a adoptar prácticas más responsables y transparentes en relación con los riesgos ESG (Lofts, 2023).

En conclusión, la evolución de las políticas ESG en el sector bancario refleja una creciente conciencia de la importancia de la sostenibilidad en la toma de decisiones financieras. El análisis de los cambios normativos y la respuesta de los bancos a estas regulaciones ofrece una visión valiosa sobre cómo el marco normativo ha moldeado la integración de criterios ESG en el sector bancario y ha impulsado prácticas más responsables y sostenibles.

2.3. **Proveedores de calificaciones ESG**

Las agencias de calificación ESG desempeñan un papel fundamental al evaluar el desempeño de empresas, sectores o países en términos ambien-

tales, sociales y de gobernanza. Ejemplos de estas agencias incluyen MSCI, Sustainalytics, Cicero, S&P, Fitch, ISS, Moody's y el que será utilizado para esta investigación LSEG. Utilizan una variedad de fuentes, como divulgaciones corporativas y medios de comunicación, para producir calificaciones que ofrecen a inversores y otros usuarios.

Aunque proporcionan una visión integral de los riesgos y oportunidades ESG, estas agencias también enfrentan desafíos significativos. Por un lado, sus servicios suelen tener costos elevados, lo que puede limitar el acceso para inversores pequeños o minoristas. Además, la frecuencia de actualización de las calificaciones suele ser baja, lo que puede no reflejar la naturaleza dinámica de los riesgos y oportunidades ESG (Agencias Calificación Esg, n.d.).

Los datos de riesgo ESG son fundamentales para que los inversores evalúen cómo los factores ambientales, sociales y de gobernanza pueden impactar tanto en el rendimiento financiero como en la reputación de sus inversiones. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la calidad, disponibilidad y comparabilidad de estos datos pueden variar significativamente entre diferentes proveedores y marcos de evaluación. Esto puede hacer que la interpretación y la toma de decisiones basadas en estos datos sean más complejas para los inversores, ya que deben asegurarse de utilizar fuentes confiables y tener en cuenta las posibles disparidades en la información proporcionada. Marcus Moore, gestor de carteras de Oster weis en San Francisco, asegura que no presta mucha atención a las puntuaciones ESG de las agencias de calificación y que las cifras no deberían ser un factor decisivo para los inversores (Expansión, 2023).

No existe un enfoque único para calcular las puntuaciones ESG, lo que lleva a que las agencias de calificación utilicen diversas metodologías y fuentes de datos. Aunque las empresas presentan informes de sostenibilidad, no están obligadas a divulgar datos comparables. En muchos casos, incluso las emisiones de gases de efecto invernadero no se revelan completamente.

Aunque existen normas de información sobre sostenibilidad, como las propuestas por el Consejo de Normas de Contabilidad de la Sostenibilidad (SASB), su adopción es voluntaria. Por lo tanto, la selección de los datos a utilizar es subjetiva, y las agencias deben basarse en datos menos completos proporcionados por las empresas que califican (Rating ESG: Qué Es, Cómo Lo Calculan Las Agencias de Calificación ESG, Pros Y Contras, 2022).

Además, las agencias asignan ponderaciones diferentes a los factores E, S y G. Algunas pueden priorizar los aspectos medioambientales sobre la

gobernanza, mientras que otras hacen lo contrario. Incluso lo que se considera una puntuación fuerte en gobernanza puede variar; algunas agencias incluyen el lobby corporativo, mientras que otras no (Salgado, 2024).

Debido a esta falta de consenso muchos inversores han dejado de seguir estas calificaciones. Como consecuencia de ello, en agosto de 2023 S&P Global ha dejado de otorgar puntuaciones en función de criterios ESG, en un momento en que aumentan las dudas sobre su utilidad y los ataques políticos a este tipo de valoraciones (Expansión, 2023). En opinión de Tom Lyon, profesor de la escuela de negocios de la Universidad de Michigan que ha estudiado las calificaciones ESG, «la medida llega en medio del escepticismo sobre las calificaciones ESG de algunos inversores». Andy Brenner, responsable de renta fija internacional de Natalliance Securities, se muestra de acuerdo con la decisión de S&P de alejarse de las puntuaciones ESG. «[ESG] es muy difícil de medir. Creo que es un concepto sobrevalorado», afirmó. Al igual que S&P, Moody´s también dejó de otorgar puntuaciones en función de los criterios ESG en 2023.

3. Metodología

Para llevar a cabo el análisis de la relación entre los criterios ESG y el precio por acción de los bancos españoles del IBEX 35, se seguirá un enfoque metodológico que comprende las siguientes etapas:

Se obtendrán datos históricos de los precios por acción de los bancos del IBEX 35, así como información sobre los ratings ESG asignados a cada institución durante el período de estudio (2018-2022). Se utilizarán bases de datos especializadas en finanzas y sostenibilidad. La agencia que se ha seleccionado para obtener las calificaciones ESG es LSEG, que antes se llamaba Refinitiv Eikon. El motivo de que se haya elegido esta agencia de rating ESG para este trabajo de investigación es porque es la única que nos ha proporcionado un rating ESG histórico de cinco años para los bancos del IBEX 35.

A continuación, se emplearán técnicas de análisis de estadísticos descriptivos y correlaciones de Spearman a través del programa SPSS para determinar si existe una relación significativa entre los ratings ESG y el precio por acción de los bancos del IBEX 35. Se calcularán coeficientes de correlación para evaluar la fuerza y la dirección de esta relación para cada banco.

3.1. **Banco Santander**

Santander apoya diversas iniciativas sociales y ambientales, colaborando con organizaciones sin fines de lucro en diferentes áreas. La tabla de la figura 1 muestra el precio por acción del Banco Santander y los criterios ESG. Al analizar la asociación entre estas variables, el indicador de correlación de Spearman no fue significativo (Rho = -0,359; p = 0,553 > 0,05). Teniendo en cuenta que la correlación es un valor comprendido entre –1 y 1, podemos observar que existe una débil relación negativa entre las calificaciones ESG y los precios por acción del Banco Santander. En el gráfico de la figura 1 se observa dicha relación.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	90	5.42
2019	92	3.93
2020	92	3.19
2021	93	2.90
2022	89	3.12

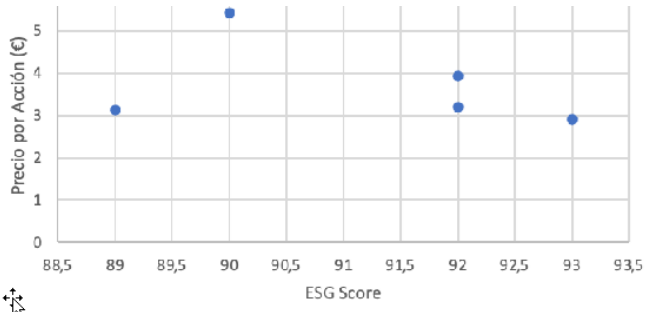


Figura 1. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de Banco Santander. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de Banco Santander.

3.2. **BBVA**

BBVA también está comprometido con el desarrollo social y sostenible. El banco apoya iniciativas en áreas como la educación, la salud y el medio ambiente, para contribuir a un futuro mejor para las comunidades donde opera (BBVA, 2023). Al analizar la relación entre las calificaciones ESG y los precios por acción del Banco BBVA, el coeficiente de correlación de

Spearman es Rho = 0,8, esto indica una relación positiva entre la calificación ESG y el precio por acción del BBVA durante el período analizado, sin embargo, esta correlación no fue significativa (p = 0,104 > 0,05). El gráfico de la figura 2 muestra esta relación positiva.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	86	6.91
2019	80	5.19
2020	78	4.33
2021	85	4.60
2022	89	5.44

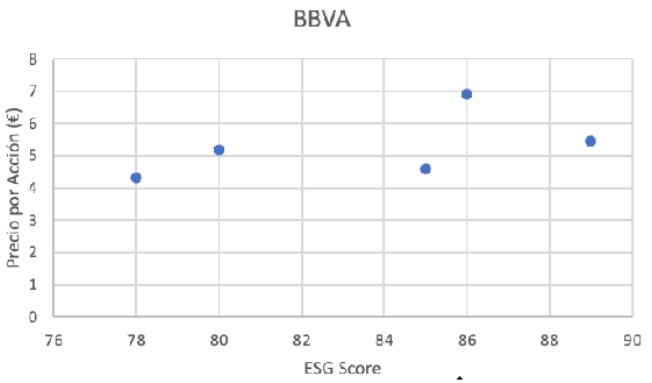


Figura 2. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de BBVA. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de BBVA

3.3. **CaixaBank**

La solidez financiera de CaixaBank y su compromiso con la responsabilidad social le han proporcionado el reconocimiento internacional, siendo considerado uno de los bancos más importantes de Europa. Al analizar la relación entre las calificaciones ESG y los precios por acción de CaixaBank, el coeficiente de correlación de Spearman es Rho = -0,410. Es una correlación negativa pero no es significativa (p = 0,493 > 0,05). El gráfico de la figura 3 muestra esta relación negativa.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	75	3.98
2019	83	3.01
2020	86	2.70
2021	83	2.41
2022	85	3.03

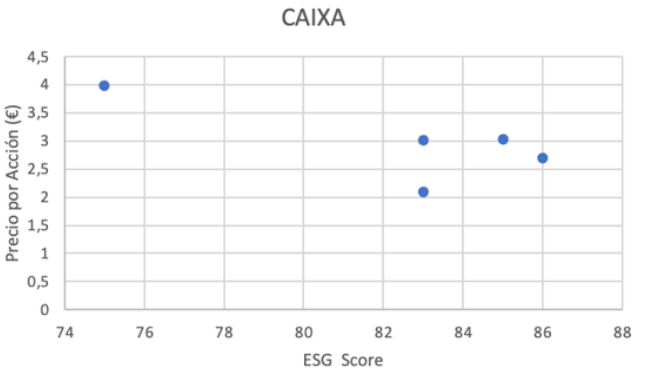


Figura 3. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de La Caixa. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de La Caixa.

3.4. **Sabadell**

El compromiso del Banco Sabadell y su con la responsabilidad social corporativa lo lleva a financiar proyectos sociales y promover el empleo. La tabla de la figura 4 muestra el precio por acción del Banco Sabadell y los criterios ESG. El indicador de correlación de Spearman entre las calificaciones ESG y los precios por acción de Sabadell es Rho = -0,462 una correlación negativa pero no significativa ($p = 0{,}434 > 0{,}05$). El gráfico de la figura 4 muestra esta relación negativa.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	75	1.78
2019	83	0.98
2020	86	0.79
2021	83	0.41
2022	85	0.77

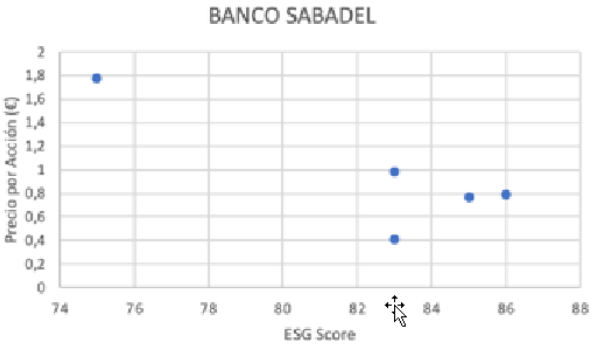


Figura 4. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de Banco Sabadell. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de Banco Sabadell.

3.5. **Bankinter**

Tiene un firme compromiso con la sostenibilidad, plasmado en su Plan de Sostenibilidad ADN 2024-2026. Este plan se basa en tres pilares: actuar responsablemente, diferenciarse y generar negocios sostenibles. Además, está adherido a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU y colabora en proyectos sociales (Grupo Bankinter, 2023). La tabla de la figura 5 muestra el precio por acción de Bankinter y los criterios ESG. El coeficiente de correlación entre estas variables es Rho = -0,112; p = 0,858 > 0,05. Correlación pequeña, negativa y no significativa. El gráfico de la figura 5 muestra esta baja relación.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	78	6.57
2019	81	4.99
2020	81	3.86
2021	77	3.97
2022	81	5.24

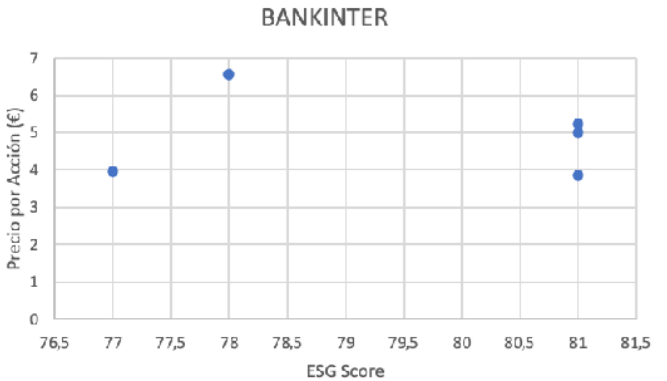


Figura 5. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de Bankinter. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de Bankinter.

3.6. **Unicaja**

La Fundación Unicaja desarrolla una importante labor social en áreas como la educación, la cultura, la salud y la investigación. Unicaja colabora con diversas entidades sociales y participa en proyectos de desarrollo sostenible (Proyectos Sociales, 2023). En la tabla de la figura 6 se observan las calificaciones ESG y los precios por acción de Unicaja, el coeficiente de correlación entre estas variables es Rho = 0,1; p = 0,873 >0,05. Esta correlación casi nula pero positiva no es significativa y se puede observar en el gráfico de la figura 6.

Año	ESG Score	Precio por Acción (€)
2018	46	1.50
2019	47	0.98
2020	42	0.95
2021	44	0.73
2022	51	0.90

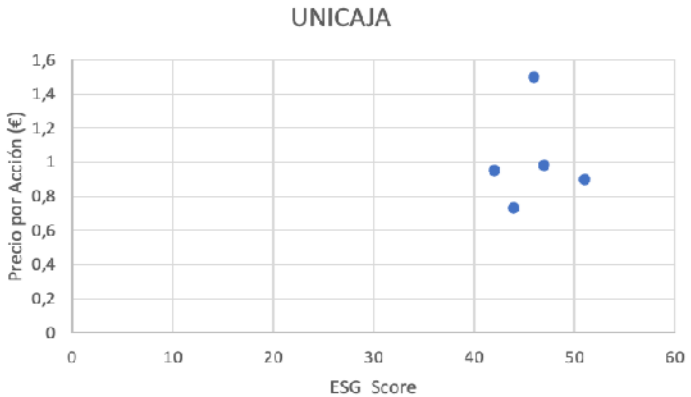


Figura 6. Tabla con calificación ESG (Eikon, n.d.) y precios por acción de Unicaja. (Investing.com, n.d.) y gráfico de dispersión entre los criterios ESG y el precio por acción de Unicaja.

En resumen, los datos de correlación proporcionados revelan que la relación entre los criterios medidos por el rating ESG y los precios por acción varía significativamente entre los bancos analizados, con algunas entidades mostrando una relación positiva, la mayoría una relación inversa y algunas sin una correlación clara. En ningún caso, la correlación es significativa, lo que subraya que no hay relación consistente entre ambas variables.

Observando los resultados de cada banco hemos podido analizar la relación entre estas variables de manera más específica y concluir que el mercado no está teniendo en cuenta el rating ESG como referencia a la hora de invertir.

Sin embargo, para determinar si está relación existe en líneas generales, habría que analizar datos más extensos, de un período más largo de tiempo, teniendo en cuenta más entidades bancarias y en el momento actual esos datos no están disponibles.

4. Conclusiones

Este trabajo analiza la correlación entre los ratings ESG y el precio por acción de cada banco del Ibex 35 de los años 2018 a 2022. Se observa que las prácticas sostenibles generan valor tanto para los bancos como para sus stakeholders dado que la integración de criterios ESG contribuye, entre otras cosas, a fortalecer la reputación de la marca y a mejorar la percepción de los clientes e inversores. Esto debería repercutir positivamente en el precio de las acciones.

Según el análisis que se ha hecho solo dos bancos tienen correlación positiva (Banco BBVA y Banco Unicaja), mientras que el resto de los bancos tienen un coeficiente de correlación negativo o prácticamente nulo. Por lo tanto, se puede deducir que no hay correlación positiva significativa entre las variables de calificación ESG y precio por acción de los bancos del IBEX-35 de los años 2018 a 2022.

El gran causante de esta falta de correlación positiva significativa es la falta de un índice de referencia que permita estandarizar los criterios ESG en el tiempo, dado que, como se ha mencionado en este trabajo, cada agencia de calificación ESG tiene una forma de calificar las empresas, es decir, hay una falta de estandarización en torno a un marco común de evaluación respecto a la validez y la aplicación práctica de los ratings ESG. En las agencias de calificación crediticia si hay una estandarización que las regula.

Se necesitan criterios objetivos y homogéneos que puedan ser aplicados por las agencias de rating ESG para calificar el comportamiento de las empresas en materia de ESG. La falta de homogeneización hace que los inversores de renta variable no tengan como referencia dichos ratings a la hora de considerar sus inversiones, de ahí que agencias como Moody´s o S&P decidieran retirar el rating ESG en 2023.

Además, no hay datos históricos suficientes que permitan hacer un estudio más amplio en el tiempo. Por lo que hay que esperar a que exista un índice de referencia para medir esta relación.

Por ello, la falta de una relación clara entre los criterios ESG y el precio por acción destaca la necesidad de adoptar un enfoque global en la evaluación del desempeño empresarial, que vaya más allá de los indicadores financieros tradicionales. Se hace evidente la importancia de establecer estándares globales en la evaluación de los criterios ESG, que permitan una comparación más consistente y significativa entre empresas y sectores, para que haya correlación entre la calificación ESG y los precios por acción.

Recomendaciones

Dada la diversidad de resultados en las correlaciones entre los criterios ESG y los precios por acción de los bancos del IBEX 35, es fundamental considerar una serie de recomendaciones para las empresas que buscan mejorar su desempeño en términos de sostenibilidad y valoración en el mercado financiero.

Transparencia y Divulgación: Es crucial que las empresas sean transparentes en la divulgación de información relacionada con sus prácticas ESG. Esto implica comunicar de manera clara y precisa las políticas, iniciativas y resultados en materia ambiental, social y de gobernanza. Una divulgación transparente puede generar confianza entre los inversores y otros stakeholders, lo que puede traducirse en una valoración más positiva de la empresa en el mercado.

Integración de ESG en la Estrategia Corporativa: Las empresas deben integrar los criterios ESG en su estrategia corporativa de manera holística. Esto implica no solo implementar prácticas sostenibles en las operaciones diarias, sino también alinear la sostenibilidad con los objetivos de negocio a largo plazo. La integración de ESG en la estrategia corporativa puede contribuir a generar valor de manera sostenible y a mejorar la percepción de la empresa en el mercado.

Evaluación de Impacto: Es importante que las empresas evalúen el impacto de sus prácticas ESG en la rentabilidad y la reputación de la empresa. Realizar análisis de materialidad y medir los resultados de las iniciativas sostenibles pueden ayudar a identificar áreas de mejora y a demostrar el valor generado a partir de la implementación de prácticas ESG. Esta evaluación de impacto puede respaldar la narrativa de sostenibilidad de la empresa y fortalecer su posición en el mercado.

Estandarización: Para que se pueda evaluar una empresa con su calificación ESG, se tiene que hacer una estandarización en la que todas las agencias de calificación ESG tengan el mismo criterio de calificación y utilicen datos de las empresas objetivos y completos.

5. Referencias

Agencias Calificación Esg. (n.d.). FasterCapital. Retrieved April 30, 2024, from https://fastercapital.com/es/palabra-clave/agencias-calificaci%C3%B3n-esg.html

Alonso, C. (2021, July 20). *¿Qué son los criterios ESG (Environmental, Social and Governance)?* GlobalSuite Solutions. https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-criterios-esg/

Aranda, A. (2019, August 4). *El inversor español se hace sostenible*. Forbes España. https://forbes.es/empresas/51484/el-inversor-espanol-se-hace-sostenible/

BBVA. (2023). *Información Corporativa | BBVA*. NEWS BBVA. https://www.bbva.com/en/corporate-information/#responsible-banking-model

CaixaBank, elegido «Mejor Banco en España» por tercer año consecutivo por Euromoney. (2023, July 13). EXPANSION. https://www.expansion.com/uestudio/2023/07/13/64afc8c7e5fdea52368b460b.html

DirigentesDigital. (2021, March 9). *«El inversor sostenible es estable y no especulativo» - Dirigentes Digital*. DirigentesDigital. https://dirigentesdigital.com/funds-markets/bolsas/el-inversor-sostenible-es-estable-y-no-especulativo/

Eikon. (n.d.). Eikon.refinitiv.com. https://eikon.refinitiv.com/

Eikon – your trusted source of financial data, news and analysis (pp. 1-4). (n.d.).

Environmental, social and governance scores from LSEG (pp. 7-9). (2023). LSEG.

ESG Scores. (n.d.). Www.lseg.com. Retrieved February 12, 2024, from https://www.lseg.com/en/data-analytics/sustainable-finance/esg-scores?esg=Banco+Santander+SA#t-score-range

Grupo Bankinter. (2023). *Plan de Sostenibilidad 2024-2026* (p. 11).

Historia. (2023). Www.grupbancsabadell.com. https://www.grupbancsabadell.com/corp/es/sobre-el-grupo/historia.html

Historia de Bankinter | Web Corporativa Bankinter. (2023). Bankinter. https://www.bankinter.com/webcorporativa/informacion-corporativa/sobre-bankinter/historia

Historia Del Grupo. (2023). Caixabank.

Institucional. (2023). UNICAJA. https://www.unicajabanco.com/es/institucional

Lofts, G. (2023, March 21). *La evolución de los datos ESG para servicios financieros*. Www.ey.com. https://www.ey.com/es_hn/financial-services-emeia/how-esg-data-markets-have-evolved-for-financial-services

Monroy, S. (2022, January 20). *Estos son los principios que rigen los criterios ESG*. APD España. https://www.apd.es/criterios-esg-que-influyen-en-una-empresa/

— (2023, April 11). *¿Qué es ESG y por qué está tan en auge?* APD España. https://www.apd.es/que-es-esg/

Proyectos Sociales. (2023). Fundación Unicaja. https://www.fundacionunicaja.com/proyectos-sociales/

Rating ESG: Qué es, cómo lo calculan las agencias de calificación ESG, pros y contras. (2022, August 1). Inversor Impacto: Maximizando Rentabilidad Con Impacto Positivo. https://inversorimpacto.com/rating-esg/

Recio, A. (2014, November 2). *La historia de Unicaja*. Málaga Hoy. https://www.malagahoy.es/malaga/historia-Unicaja_0_858514363.html

Salgado, L. (2024, February 5). *Rating ESG Explicado: Cómo las Empresas son Calificadas*. APLANET. https://aplanet.org/es/recursos/rating-esg/

Sobre nosotros. (2023). CaixaBank. https://www.caixabank.com/es/sobre-nosotros.html

Sobre Nosotros | Banco Santander. (n.d.). Www.santander.com. Retrieved 2023, from https://www.santander.com/es/sobre-nosotros

Solo es progreso si progresamos todos (pp. 2-8). (2023). Fundación La Caixa.

Temple-West, P. (2023, August 8). *El S&P retira las puntuaciones ESG de las calificaciones de deuda*. EXPANSION. https://www.expansion.com/economia/financial-times/2023/08/08/64d24fd3468aebc5318b458f.html

What We Do. (n.d.). Www.lseg.com. https://www.lseg.com/en/about-us/what-we-do

STRATEGIES FOR ANALYZING AND ASSESSING UNIVERSAL ACCESSIBILITY IN UNIVERSITY CAMPUSES: USING NEW TECHNOLOGIES IN GRAPHIC DESIGN AND DIGITAL FABRICATION AS METHODOLOGICAL TOOLS

Covadonga Lorenzo-Cueva
Universidad San Pablo-CEU, CEU Universities
clorenzo@ceu.es

1. Introduction

In the architectural field, just as sustainability has become a cornerstone of design, supported by numerous methodologies and tools for its analysis, assessment and measurement, universal accessibility, an equally important concept, has not achieved the same level of development in its measures. Universal accessibility in educational spaces entails not only the removal of physical barriers but also the creation of inclusive environments that address sensory, cognitive, and emotional aspects, tailored to the diverse needs of students regardless of their functional diversity. Despite being fundamental to the design of inclusive environments, accessibility does not receive the attention it deserves. This neglect may stem from factors such as insufficient public awareness and the complexity of implementing measures in diverse contexts.

In the context of architectural spaces for higher education, it is crucial to highlight the need to transform campuses and their infrastructures to be inclusive and accessible for all students, regardless of their abilities. In this sense, the concept of accessibility has evolved significantly in our country since the 1970s, reflected in the Ratification of the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities, held in December 2006 (Agencia Estatal, 2008), the Ley de Calidad de la Arquitectura, enacted on June 14, 2022 (Agencia Estatal, 2022) or the Código Técnico de la Edificación (Ministerio de Fomento, 2018). However, these efforts appear insufficient; even today,

it remains challenging to find university spaces guaranteeing universal inclusion and accessibility for all students.

This gap is puzzling, especially considering that the pursuit of more inclusive criteria in designing educational environments is not a novel endeavor. Decades ago, valuable references began highlighting the significance of accessible and inclusive design in built environments. For instance, Gibson's Theory of Perception (1966), Herman Hertzberger's 1973 lecture at the Delft University of Technology, Sommer's (1974) work on the relationship between human behavior and urban space or Booth's Index for Inclusion (2000), adapted for use in Spain. Recent work highlight that educational spaces directly affect academic motivation, behavior, and interaction dynamics within the classroom (Campos, 2014 and Laorden & Pérez, 2002) and emphasize their impact on the educational experience (Shernoff, Ruzek & Sinha, 2017), underscoring the importance of designing flexible and accessible educational environments (Barrett, Davies, Zhang & Barrett, 2017 and Lin-Siegler, Dweck & Cohen, 2016). Similarly, authors as Daniels et al. (2017), Barrett et al. (2017) and Stanton, Zandvliet & Rosie (2018) have explored the interplay between architecture and pedagogical methodologies.

Previous literature (Hopland & Nyhus, 2015, Maxwell, 2016 and Oblinger, 2005) provides robust evidence connecting students' satisfaction with their environment to their academic performance. Additionally, research by Earthman (2017), Fraser (2018), Woolner (2018) and Tanner (2009) further suggests that classroom design affects not only the learning experience but also students' overall well-being. Finally, environmental factors have garnered considerable attention in recent research. Barrett et al. (2017), Woolner (2018) and Baum (2018) identify several classroom design variables that can either stimulate or hinder learning as natural lighting, acoustic control, ventilation, and the arrangement of physical elements such as partitions or furniture.

In conclusion, research underscores that the physical learning environment is not merely a passive container for activities but an active element deeply influencing the emotions, attitudes, and behaviors of its occupants. This perspective highlights the critical role of educational space design and configuration as tools for promoting student well-being, participation, and academic success. Given this, universal accessibility in educational environments must be prioritized as a social imperative. Developing methodologies

for analyzing and evaluating educational spaces, with active citizen participation and dissemination of results, can contribute to the ongoing efforts to create more inclusive environments that meet the needs of all citizens.

2. Objectives

The project aimed to establish design parameters to transform university campuses into more welcoming and inclusive environments, promoting both social inclusion and cognitive accessibility for individuals with intellectual disabilities. This central objective has aligned with the need to foster genuinely accessible and equitable educational settings, contributing to the well-being and academic development of all students. The methodological approach of the project emphasized the active participation of individuals with intellectual disabilities, who have shared their experiences, suggestions, and perspectives. Their collaboration has been essential in identifying existing barriers and proposing solutions tailored to their needs and expectations. Through their involvement, the research process has been enriched, and these individuals have been empowered by having their voices integrated into the definition of inclusive design criteria.

To achieve this goal, the specific objectives have been structured as follows. Firstly, the key factors determining accessibility in university settings for individuals with intellectual disabilities have been identified. This has involved analyzing spatial, cognitive, and social aspects that influence their experiences, addressing both existing barriers and elements that facilitate their inclusion and participation. Secondly, an integral methodology has been developed to measure and evaluate these factors. This methodology has combined qualitative and quantitative tools, including surveys, interviews, and observations, conducted with individuals with intellectual disabilities and other key stakeholders, such as designers and educators. Thirdly, practical tools have been provided to guide universities and architects in optimizing the cognitive and social accessibility of educational spaces, ensuring benefits for the entire university community. Finally, the university community and campus planners have been sensitized using materials and awareness-raising activities to foster consciousness about the importance of accessibility and inclusion in the design of educational environments.

The project aims not only to offer practical solutions to improve accessibility in university campuses but also to contribute to the development of

a conceptual and methodological framework that can be replicated in other educational and architectural contexts. In this way, the results have sought to achieve a significant impact on promoting higher education that is more inclusive and accessible for everyone.

3. Methodology

The research was structured in three methodological phases, aimed at analyzing, designing, and validating accessibility and inclusion criteria for educational environments. In the first phase, case studies were analyzed, examining various university campuses and identifying physical, cognitive, and sensory barriers through guided campus tours and simulations in virtual reality environments, documented with plans, drawings, and photographs. This phase included collaborative activities with mixed groups of people with and without intellectual disabilities. In the second phase, a series of universal accessibility indicators were extracted, and specific tools for assessing educational spaces were developed using questionnaires aimed at people with intellectual disabilities to systematically gather their opinions and perceptions. Finally, in the third phase, the accessibility criteria were validated to adjust the indicators. Participatory workshops for designing educational spaces were conducted with people with intellectual disabilities, using digital fabrication technologies as a methodological tool. In short, the methodology employed in the project combined innovative technological tools (such as virtual reality for architectural representation and digital fabrication) with conventional methods (questionnaires and comparative analysis) in activities with a participatory approach, aimed at collecting data that reflects the needs of people with intellectual disabilities. This approach has the potential to become a standard for evaluating and improving accessibility in university environments.

3.1. Case Study Analysis as a Methodological Framework

The analysis of case studies involved the participation of university students, forming mixed groups of people with and without intellectual disabilities enrolled in various degree programs. This methodological stage was structured into three phases, designed to ensure a thorough understanding of the spatial, cognitive, and perceptual conditions necessary for defining design criteria for inclusive spaces.

Phase One: Analysis of Reference University Campuses

In the initial phase, internationally recognized university campuses were selected to identify spatial patterns and design criteria characterized by high levels of physical, cognitive, and sensory accessibility. The campus selection was based on preliminary studies (Dober 1996, 2000), evaluating various formal configurations, aiming to ensure typological diversity that would enrich the analysis.[1]

Graphic diagrams and analytical drawings were employed facilitating systematic comparisons of their typologies to analyze spatial and functional organization, landmark clarity, and overall accessibility. Virtual reality (VR) was also employed to virtually explore campuses and their faculties' interiors. The integration of VR as a methodological tool marked a significant advancement, enabling students to navigate virtual spaces and provide valuable insights on spatial configurations. Participants identified features that enhanced orientation, such as clear signage, appropriate lighting, and logical spatial connections, while also highlighting physical, cognitive, or sensory barriers that impeded interaction with the environment. Beyond its inclusiveness, VR provided an immersive perspective difficult to achieve through conventional methods that underscores the relevance of digital technologies as methodological tools, which were pivotal in this case study analysis.

Phase Two: Analysis conducted via guided walkthroughs

The second phase involved an in-depth analysis conducted via guided walkthroughs with mixed groups of students, with and without intellectual disabilities, to evaluate educational spaces. During these walks, critical points presenting physical, cognitive, or sensory accessibility barriers were identified. Observations were documented through sketches, photographs, and drawings, capturing detailed insights into spatial orientation, pathways,

[1] Among the selected campuses were the Aalto University in Otaniemi (Helsinki, Finland), the National Autonomous University of Mexico, the University of Salamanca (Spain), IIT Chicago, Stanford University (Palo Alto, California), MIT and Harvard University, in Cambridge, Massachusetts.



Figure 1. Visual Analysis Sheet for Case study 1: Massachusetts Institute of Technology. Visuals developed by Chiara Bandello, Anna Bertolino, Marianna Lo Porto, and Chiara Maggi.

and the suitability of spaces.[2] This approach allowed researchers to access rich, contextual data by observing participants' spatial practices and gathering their immediate impressions, emotions, and reflections. (Kusenbach, 2003). This method has been widely used to assess commuting practices, and investigate the implications of space on well-being, offering insights that are often overlooked by static or quantitative methods. (Carpiano, 2009).

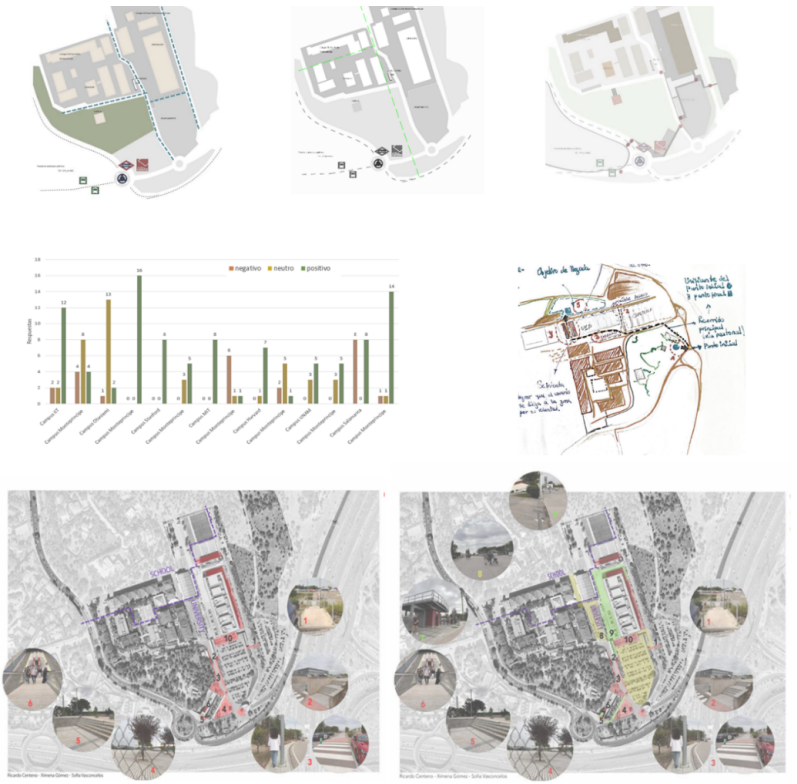


Figure 2. Drawings capturing insights via walking interviews. Documents developed by Ricardo Centeno, Ximena Gómez, Sofía Vasconcelos, Mar Hernández, Cristina Villarés and Alejandra Vernet

[2] This method, also known as walking interviews, is a qualitative research technique to explore how individuals perceive, experience, and interact with their environments. Unlike traditional interviews conducted in static settings, it involves researchers accompanying participants through specific locations, engaging in a dynamic, real-time dialogue.

Phase Three: Comparative Analysis and Synthesis

The final phase comprised a systematic comparison between the reference campuses analyzed in the first and second phases. This comparative process drew on the graphic schemes developed earlier, as well as feedback obtained from immersive VR experiences and walking interviews. Combining these two sources of information provided a comprehensive understanding of the strengths and weaknesses of the campus.



Figure 3. Drawings by Mar Hernández, Cristina Villarés, Alejandra Vernet, Elizabeth Santiago, Camila Arredondo, Kenyo Paredes, Cafú Aguirre, Lorena de la Rosa, Álvaro Yanes y Marina Lorne.

As a result, a set of specific accessibility indicators was defined, forming the foundation for strategies applicable to other university environments. These findings underscore the importance of incorporating diverse perspectives into the analysis while highlighting the value of blending technological tools like VR with traditional methodologies, such as graphic design to achieve a holistic understanding of accessibility.

3.2. **Development of Indicators for Assessing Accessibility**

In this methodological phase, six categories were identified, enabling the development of a specific tool for assessing accessibility in university campuses. To this end, a set of questionnaires was designed and distributed to university students with intellectual disabilities, who provided an essential perspective for the analysis.[3] The first category focused on studying proportions and their environmental implications, analyzing the relationship between the geometry of physical space and its impact on perception and environmental comfort. The second explored spatial appropriation, scale, and sense of belonging, evaluating how the dimensions allow students to feel comfortable and emotionally connected. The third delved into spatial qualities, examining distribution, flow, and functionality. The fourth focused on lighting to facilitate orientation and perception. The fifth addressed how color temperature ensures welcoming spaces suited to the emotional needs of users. Finally, the sixth category examined furniture and finishes that enhance the functionality and sensory accessibility. A total of 425 surveys were conducted with university students with intellectual disabilities in our country.[4]

3.3. **Validation Using Digital Fabrication as an Inclusive Methodological Tool**

At this stage, the validation of universal accessibility criteria was carried out through the collaborative activities that involved students with inte-

[3] The questionnaires assessed key concepts related to physical, cognitive, emotional, and sensory accessibility and addressed three scales: campus, building, and classroom.

[4] Participants came from 14 universities of Unidiversidad funded by FONCE and the European Social Fund.

llectual disabilities from FONCE and Oxiria Foundation. Participants were tasked with designing educational spaces that adhered to the universal accessibility criteria analyzed in previous phases. The objective was to evaluate whether, from their perspective, these spaces met their expectations in terms of functionality, emotional response, and sensory experience. As methodological tools, the technologies of Fab Lab Madrid CEU, the digital fabrication laboratory (Gershenfeld 2005, 2017) were employed. Participants made physical models using 3D printing and laser cutters, that proved to be key inclusive methodological tools for validating the universal accessibility criteria defined in previous phases, allowing participants to explore, manipulate, and intuitively propose designs, fostering their active involvement in the collaborative design process. (Lorenzo-Cueva, 2024).

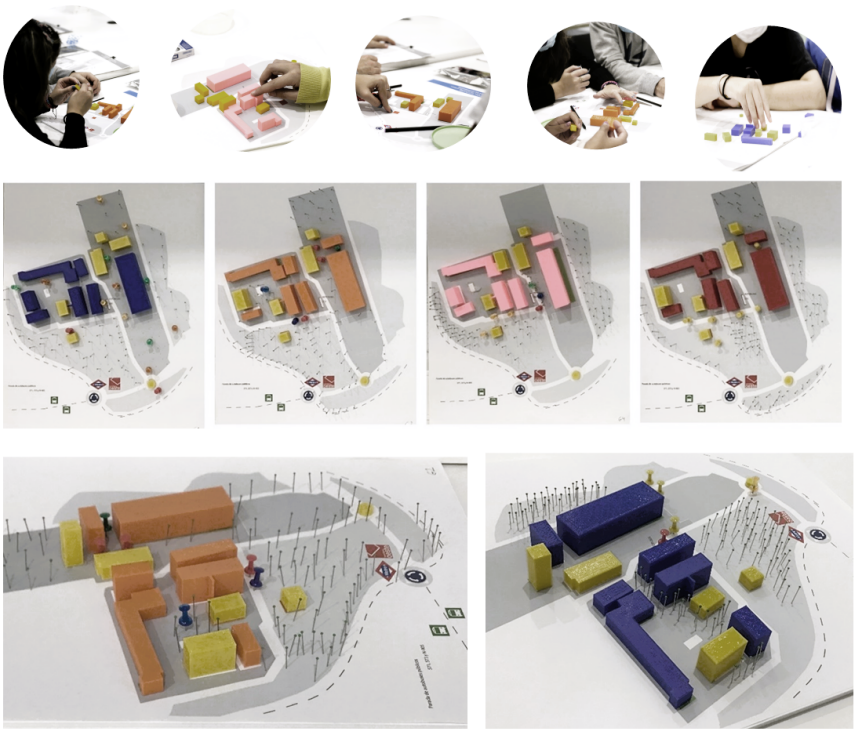


Figure 4. Physical models made in Fab Lab Madrid CEU for validation and assesment developed by participants with intelectual disabilities from FONCE and Oxiria Foundation.

Each activity focused on a specific scale: in the first one, the campus was analyzed, with attention given to spatial scale and appropriation. The activity used 3D-printed models representing the campus buildings' layout and identifying spaces suitable for transformation. In the second activity, participants analyzed various types of spaces, their environmental implications, and their lighting qualities. Laser-cutting technologies were used to fabricate modular pieces that enabled participants to create models proposing inclusive spatial typologies, ensuring that participants without prior experience in model-making could design physical models to interact with. Finally, the third activity centered on finishes, and furniture aimed at defining more inclusive environments. Laser-cut acrylic pieces of various sizes and colors were used to simulate furniture, enabling participants to configure different layouts based on the intended use of the spaces.

4. Results

Based on the data collected during the first phase through drawings, VR simulations, walkings interviews, and comparative studies, a series of accessibility indicators were established to evaluate cognitive aspects, such as clarity in signage and ease of orientation; sensory aspects, including the quality of lighting and acoustics, as well as factors related to color temperature; emotional aspects, linked to feelings of comfort, safety, and belonging; and spatial aspects, focused on the analysis of spatial distribution and the appropriate dimensions associated with different typologies.

The size of spaces has a significant impact on students' experiences. 60 % of participants indicated that larger spaces provide a greater sense of security, generating feelings of tranquility. These findings suggest that physical space influences the emotional well-being of students by offering an environment that reduces stress and fosters calmness. Furthermore, 55 % of respondents stated that large spaces enhance their ability to focus in class. This may be because a less restrictive environment facilitates movement and interaction while minimizing feelings of confinement. Conversely, 55 % of participants expressed a preference for lower ceiling heights that create a sense of intimacy and comfort that supports both concentration and social interaction. These features are particularly important for students with intellectual disabilities, as a more contained environment may

help reduce excessive stimuli and promote a calm, structured learning atmosphere. Regarding interior finishes, 50 % of respondents reported a preference for satin textures, while 55 % noted that such textures induce feelings of tranquility. In contrast, only 25 % found rough textures to be pleasant or calming. Satin finishes, with uniform and smooth appearance, enhance the visual perception of the space and reduce sensory load, creating an environment more conducive to learning and focus. Conversely, rough textures, which introduce greater tactile and visual complexity, may be disruptive for some students, particularly those more sensitive to sensory stimuli.

In terms of lighting, the surveys revealed a clear preference for spaces with natural light which are considered more pleasant, with 74 % of respondents stating that they provides greater comfort, safety, and tranquility compared to artificial lighting. Regarding lighting systems, respondents showed no strong preference between overhead or lateral lighting, with both receiving similar approval rates of 58%. However, light intensity emerged as a decisive factor. 58 % of participants preferred classrooms with high-intensity lighting, citing that these conditions provide greater tranquility compared to dimly lit spaces, which were preferred by only 38%. Furniture arrangement elicits diverse emotional responses with a significant preference for a centripetal layout, centered around the teacher's position, with 74 % of respondents evaluating it positively. This arrangement appears to be associated with a sense of structure and clarity that facilitates learning. On the other hand, an orthogonal grid organization was identified as the most motivating for academic activities, as it fosters focus in class. Between 60 % and 70 % of respondents associated this type of arrangement with a conducive learning environment, likely due to the visual and spatial equity it provides. In conclusion, a balanced furniture layout not only optimizes the educational environment but also enhances the emotional well-being and participation.

5. Conclusions

The research project has been aimed at establishing inclusive criteria for designing university campuses that are better suited to the needs of students with intellectual disabilities. In this regard, several key considerations stand out. In the realm of spatial qualities, the importance of creating areas

that allow the development of diverse pedagogical activities is emphasized. On the other hand, the need for adaptable furniture to different classroom dynamics is highlighted. Regarding chromatic and tactile qualities, the study reveals a high sensitivity among participants to color and its influence on emotions and perceptions within the classroom. The use of vivid colors is recommended, as they not only enhance the recognition of specific areas within the space but also have a significant impact on emotions, fostering feelings of joy, confidence, and tranquility. Regarding color temperature, participants showed notable sensitivity to this aspect. Furthermore, tactile qualities should focus on using materials with satin finishes and smooth surfaces, avoiding rough textures that could cause discomfort. Finally, in terms of lighting, it is recommended to maximize the use of natural light, whether lateral or overhead as well as hight lighting levels that contribute to a safer and joyful environment.

The methodological approach benefited from the contributions of groups of students with intellectual disabilities, who have provided essential data taking advantage of the combination of digital fabrication tools and virtual reality technologies with conventional methods such as surveys, graphic analyses, walking interviews, and comparative studies. This innovative approach has been key to overcoming technical barriers, allowing participants, without specific training in reading technical plans, to understand and contribute to the project. This inclusive approach has not only facilitated the integration of their experiences into the design process but has also opened new possibilities for evaluating and adapting educational spaces from an accessible and universal perspective. It sets a valuable precedent for future projects, demonstrating that the active and meaningful participation of diverse groups in the design process can significantly enrich the final outcomes.

6. Acknowledgments

The work has been funded by the Project Call I+D+i 'Retos Investigación' granted by the Ministerio de Ciencia e Innovación (Spain) to the Research Project: Inclusive Campuses and Architecture, Criteria for Promoting Welcoming University Environments and Generating Cognitive Accessibility for People with Intellectual Disabilities, San Pablo-CEU University. CAMPUS-INCLUAQ-PID2020-114373RB-I00.

7. References

Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado (2008). Instrumento de Ratificación de la Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad. https://l1nq.com/Njs4N

— (2022). Ley de Calidad de la Arquitectura. https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-9837

Barret, P., Davies, F., Zhang, Y. & Barrett, L. (2017). The holistic impact of classroom spaces on learning in specific subjects. In *Environment and behavior*, 49(4), (pp. 425-451).

Baum, E. J. (2018). Learning Space Design and Classroom Behavior. In *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 9 (17), (pp. 34-54).

Booth, T. & Ainscow, M. (2000). Index for Inclusion. Guía para la evaluación y mejora de la Educación inclusiva. Consorcio Universitario para la educación inclusiva.

Campos, P. (2014). Innovative educational spaces: Architecture, Art and Nature for University excellence. In *Aula, Revista de Pedagogía*, 20, (pp. 159-174).

Carpiano, R.M. (2009). Come take a walk with me: the «go-along» interview as a novel method for studying the implications of place for health and well-being. In *Health Place*, 15, (pp. 263-272).

Daniels, H., Leadbetter, J., Warmington, P., Edwards, A., Martin, D., Popova, A. & Brown, S. (2007). Learning in and for multiagency working. In *Oxford Review of Education*, 33(4), (pp. 521-538).

Dober, R. (1996). Campus planning. Society for College and University Planning, Ann Arbor.

Dober, R. (2000) Campus Landscape: Functions, Forms, Features. Wiley.

Earthman, G.I. (2017). The Relationship Between School Building Condition and Student Achievement: A Critical Examination of Literature. In *Journal of Ethical Educational Leadership*, 4(3), (pp. 1-16).

Fraser, B.J. (2018). Milestones in the evolution of the learning environments field over the past three decades. In *Thirty Years of Learning Environments*. Brill Sense.

Gershenfeld, N. (2005). Fab. The Coming Revolution on your Desktop. Basic Books.

Gershenfeld, N.; Gershenfeld, A. & Gershenfeld, J.C. (2017). Designing Reality: How to Survive and Thrive in the Third Digital Revolution. Basic Books.

Gibson, J. J. (1966). The senses considered as perceptual systems. John Allen & Unwin.

Hertzberger, H. (2005). Lessons for Students in Architecture. 010 Publishers.

Hopland, A.O. & Nyhus, O.H. (2015). Does student satisfaction with school facilities affect exam results? An empirical investigation. Facilities, 33(13/14), (pp. 760-774).

Kusenbach, M. (2003). Street Phenomenology: The Go-Along as Ethnographic Research Tool. In *Ethnography*, 4, (pp. 455-485).

Laorden, C., & Pérez, C. (2002). El espacio como elemento facilitador del aprendizaje. In *Pulso: Revista de Educación*, 25 (pp.133-146).

Lin-Siegler, X., Dweck, C. & Cohen, G. (2016). Instructional interventions that motivate classroom learning. In *Journal of Educational Psychology*, 108(3) (pp. 295-299).

Lorenzo-Cueva, C. (2024). Diseño participativo de campus universitarios accesibles Integradoras empleando tecnologías de fabricación digital. In *Innovación docente en Ciencias Sociales y disciplinas artísticas*. Dykinson,

Maxwell, L. (2016). School building condition, social climate, student attendance and academic achievement. In *Journal of Environmental Psychology*, 46 (pp. 206-216).

Ministerio de Fomento (2018). Código Técnico de la Edificación. Documento de Apoyo al Documento Básico DB-SUA. https://encr.pw/1nQGa

Oblinger, D. (2005). Leading the transition from classrooms to learning spaces. In *Educause quarterly*, 28(1) (pp. 14-18).

Shernoff, D.J., Ruzek, E.A. & Sinha, S. (2017). The influence of the high school classroom environment on learning as mediated by student engagement. In *School psychology international*, 38(2) (pp. 201-218).

Sommer, R. (1974) Espacio y comportamiento individual. Nuevo Urbanismo. Instituto de Estudios de Administración Local.

Stanton, A., Zandvliet, D.B. & Rosie, D. (2018). Impacts of Learning Environments on Student Well-Being in Higher Education. In *30 Years of Learning Environment*. Brill Sense.

Tanner, C.K. (2009). Effects of school design on student outcomes. In *Journal of Educational Administration*, 47(3) (pp. 381-399).

ALGUNAS CONSTRUCCIONES DE GRÁFICAS SIMPLES BIEN CUBIERTAS Y COHEN-MACAULAY

Johana Luviano Flores
UAM-Azcapotzalco

1. Introducción

La teoría de gráficas, es una rama muy importante de las matemáticas discretas, se dedica a estudiar las propiedades y estructuras de las gráficas. Algunas de las propiedades más destacadas de la teoría de gráficas, es la propiedad de ser Cohen-Macaulay, debido a que relaciona las propiedades combinatorias de las gráficas con estructuras algebraicas y topológicas. Dicha propiedad es significativamente importante cuando se estudia el ideal de Stanley-Reisner asociado a una gráfica, el cual tiene aplicaciones a la geometría combinatoria y optimización.

En este trabajo, nos enfocamos en comprender la propiedad Cohen-Macaulay en el ámbito de la teoría de gráficas, en particular consideraremos familias específicas de gráficas con ciertos invariantes combinatorios que cumplen ciertas propiedades algebraicas. Una propiedad principal es determinar bajo qué condiciones el complejo simplicial asociado a una gráfica se descompone por vértices esto es, descomponerse en componentes más pequeños mediante la eliminación sistemática de vértices. Dichas propiedades están sumamente relacionadas con la propiedad Cohen-Macaulay, que es una condición algebraica del anillo de Stanley-Reisner asociado a la gráfica. Los anillos de Stanley-Reisner además de tener aplicaciones importantes en la teoría de gráficas y complejos simpliciales, también son decisivos para entender las propiedades homológicas más profundas de estos objetos algebraicos y sus conexiones con la **combinatoria algebraica**.

Tratamos de identificar y caracterizar la propiedad de ser bien-cubierto, de ser Cohen-Macaulay para la gráfica de nivel l asociada a una gráfica dada, así también para el producto fuerte de dos gráficas dadas. Lo haremos mediante técnicas combinatorias que implican el estudio exhaustivo de los complejos simpliciales, la descomposición por vértices y la escalonabilidad de estas gráficas también se verá. La investigación establece la equivalencia entre la propiedad de Cohen-Macaulay y la descomposición por vértices pura para estas clases específicas de gráficas.

2. Metodología

En este trabajo la metodología de investigación, la vamos a centrar en cómo aplicamos los métodos combinatorios considerando herramientas algebraicas de la geometría algebraica y el álgebra conmutativa. Los principales objetos de estudio son los complejos simpliciales asociados a gráficas, con especial atención a cómo la estructura combinatoria de la gráfica puede vincularse con la estructura algebraica de su anillo de Stanley-Reisner asociado.

Complejos simpliciales y descomposición por vértices

Dada una gráfica simple $G = (V, E)$ con un número finito *V* de vértices, definimos el complejo simplicial $\Delta(G)$ (o simplemente Δ) cuyas caras son los subconjuntos independientes (conjuntos estables) de *G*, esto es, $I \subseteq V$ es un conjunto independiente si $|I \cap e| \leq 1$ para toda arista $e \in E$,. Las caras maximales con respeto a la inclusión se llaman facetas. Decimos que el complejo $\Delta(G)$ es un complejo simplicial puro, si todas sus facetas tienen la misma dimensión, así mismo la gráfica se dice que está bien-cubierta si todos sus subconjuntos independientes maximales tienen la misma dimensión. El ideal *I* asociado a Δ en el campo *K* es

$I = \langle x_{j_1} \cdot x_{j_2} \cdots x_{j_{r-1}} \cdot x_{j_r} | \{x_{j_1}, x_{j_2}, \cdots, x_{j_{r-1}}, x_{j_r}\} \notin \Delta \rangle$, en el anillo de polinomio, $R = K[x_1, \ldots, x_n]$, donde *n* es el orden de la gráfica. A este ideal se le llama ideal de Stanley-Reisner de Δ, y $K[\Delta] = R/I$ es el anillo de Stanley-Reisner de Δ.

La gráfica *G* es Cohen-Macaulay si el anillo $K[\Delta]$ satisface ciertas propiedades homológicas, en concreto, que es de Cohen-Macaulay. El concepto de descomponerse por vértices es muy importante en este contexto. Una gráfica se descompone por vértice si se puede reducir a subgráficas más simples eliminando vértices secuencialmente, de modo que la gráfica resultante conserve

una propiedad estructural determinada. Este concepto es importante porque, como se muestra en el artículo, una gráfica con esta propiedad tendrá un anillo de Stanley-Reisner que es Cohen-Macaulay, lo que establece una conexión profunda entre las propiedades combinatorias y las propiedades algebraicas.

Sea Δ un complejo simplicial sobre un conjunto de vértices V. Si $dim = D$ Entonces $f_i = |\Delta^i|$, donde $\Delta^i = \{F \in \Delta : dim\, F = i$. El f-vector de Δ es la $D + 2$-tupla $f(\Delta) = (f_{-1}, f_0, \ldots, f_D)$ y el h-vector de Δ es la $D + 2$-tupla $h(\Delta) = (h_0, h_1, \ldots, h_D)$ con $h_k = \sum_{i=0}^{k} (-1)^{k-i} \binom{D+1-i}{k-i} f_{i-1}$.

Dada una cara $F \in \Delta$, el $link(F)$ es el conjunto de todas las caras en Δ que no intersectan a F, pero al unirlas con F es cara de Δ. La eliminación de x en Δ es el subcomplejo formado por todas las caras de Δ que no contienen a x.

Sea Δ un complejo simplicial puro con facetas $\{F_1, \ldots, F_t\}$.

1. Δ se descompone por vértices si, Δ es un simplejo, esto es, $\{x_1, \ldots, x_n\}$ es una faceta o existe $x \in V$ tal que $link(\{x\})$ y $del(\{x\})$ se descomponen por vértices.
2. Δ es escalonable si existe un orden de las facetas $F_1, \ldots, F_t$ tal que para todo $1 \leq i < j \leq t$, existe algún $x \in F_j \backslash F_i$ y algún $l \in \{1, \ldots, j-1\}$ tal que $F_j \backslash F_l = \{x\}$.

Teorema 1. (Provan, J., Billera, L. (1980)-Villareal, R. H. (2001))

Sea Δ un complejo simplicial sobre V.

1. Si Δ es Cohen-Macaulay, entonces Δ es puro.
2. Si Δ es Cohen-Macaulay, entonces los $\boldsymbol{h}$-vectores son no-negativos.
3. Si $\Delta = 0$, entonces Δ se descompone por vértices, es escalonable y es Cohen-Macaulay.
4. Si $\Delta = 1$, entonces Δ se descompone por vértices, es escalonable y es Cohen-Macaulay si y sólo si Δ es conexo.

El trabajo utiliza estos métodos para explorar las gráficas de nivel l asociadas a una gráfica G con ciertas propiedades y los productos fuertes de dos gráficas, analizando sus complejos simpliciales y demostrando que, para estas gráficas, descomponerse por vértices es equivale a ser Cohen-Macaulay.

2.1. **Investigación cuantitativa**

El aspecto cuantitativo de la investigación se basa en la clasificación estructural. El trabajo establece criterios para determinar cuándo una gráfica de nivel l y el producto de dos gráficas presenta propiedades de ser bien-

cubierta y Cohen-Macaulay. Esto nos lleva a analizar el complejo simplicial asociado a dichas construcciones de gráficas y determinar si se descomponen por vértices o son escalonables.

Gráfica de nivel l y el producto fuerte

Definición 1. Para un entero $l \geq 2$ y una gráfica simple G, con conjunto de vértices $V(G) = \{v_1, \ldots, v_n\}$, definimos la gráfica de nivel l fuerte asociada a G como $G_f^l(G)$ donde

$$V(G_f^l(G)) = \{x_1^1, x_2^1, \ldots, x_n^1, x_1^2, x_2^2, \ldots, x_n^2, \ldots, x_1^{l-1}, x_2^{l-1}, \ldots, x_n^{l-1}, x_1^l, x_2^l, \ldots, x_n^l\} \text{ y}$$

$$E(G_f^l(G)) = \{x_i^s \cdot x_j^t \mid \pi(x_i^s) \cdot \pi(x_j^t) \in E(G);\ s,t \in \{1,2,\ldots,l\}\} \cup \{x_i^s \cdot x_i^t \mid s \neq t\}.$$

Además, la proyección es la función $\pi: V(G^l(G)) \longrightarrow V(G)$ definida por $\pi(x_i^t) = v_i$.

Ejemplo 1. Sea $l = 3$ y $G = C_4$, entonces $G_f^3(C_4)$ es

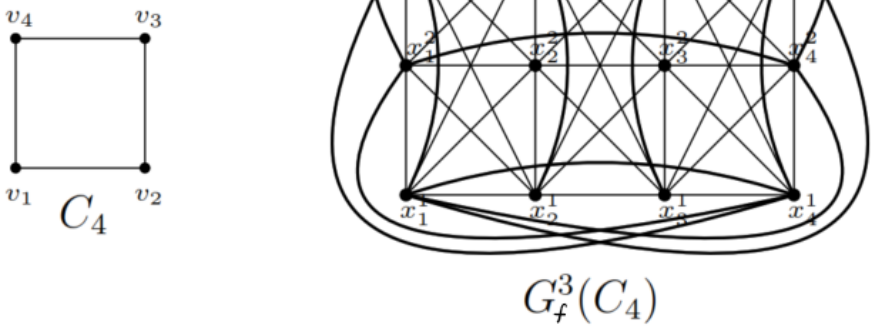


Figura 1

Definición 2. Para un entero $l \geq 2$ y una gráfica simple G, con conjunto de vértices $V(G) = \{v_1, \ldots, v_n\}$, definimos la gráfica de nivel l débil o simplemente gráfica de nivel l asociada a G como $G^l(G)$ donde

$$V(G^l(G)) = \{x_1^1, x_2^1, \ldots, x_n^1, x_1^2, x_2^2, \ldots, x_n^2, \ldots, x_1^{l-1}, x_2^{l-1}, \ldots, x_n^{l-1}, x_1^l, x_2^l, \ldots, x_n^l\} \text{ y}$$

$$E(G^l(G)) = \{x_i^s \cdot x_j^t \mid \pi(x_i^s) \cdot \pi(x_j^t) \in E(G);\ s,t \in \{1,2,\ldots,l\}\}.$$

Con la misma función como proyección $V(G^l(G)) \to V(G)$ definida por $\pi: V(G^l(G)) \longrightarrow V(G)$.

Ejemplo 2. Sea $l = 3$ y $G = C_4$, entonces $G^3(C_4)$ es

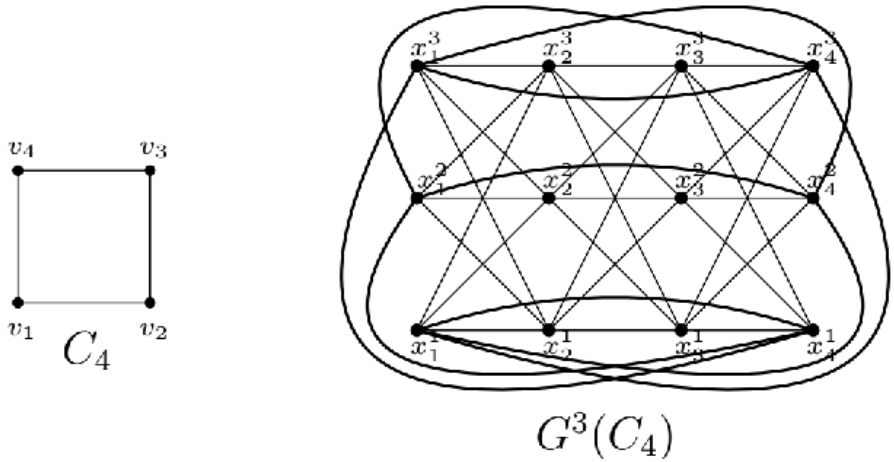


Figura 2

Definición 3. El producto fuerte de dos gráficas G y H es la gráfica $G \boxtimes H$ con conjunto de vértices $V(G) \times V(H)$ y $(x_1, y_1)\,(x_2, y_2) \in E(G \boxtimes H)$, siempre que $[x_1x_2 \in E(G)$ y $y_1 = y_2]$, o $[y_1y_2 \in E(G)$ y $x_1 = x_2]$, o $[x_1x_2 \in E(G)$ y $y_1y_2 \in E(G)]$. El producto fuerte de gráficas es conmutativo, asociativo y si la gráfica es la trivial esta es la unidad.

Es fácil mostrar que $G_f^l(G) = K_l \boxtimes G$, por lo que nos hacemos la siguiente pregunta, ¿Será cierto que si G y H son gráficas bien-cubiertas, entonces su producto fuerte es bien-cubierto? La respuesta lamentablemente es NO (veamos el siguiente ejemplo), daremos el teorema en la sección de resultados).

Ejemplo 3. Si $G = H = C_5$, entonces G y H son bien-cubiertas. Si $V(G) = \{1,2,3,4,5\}$, entonces

$$I = \{(2,1), (2,3), (4,1), (4,3)\} \text{ y } J = \{(1,1), (3,5), (2,3), (5,4), (4,2)\}$$

son conjuntos estables maximales de $G \boxtimes H$. Por lo tanto, $G \boxtimes H$ no está bien-cubierta.

Gráficas cubicas que son Cohen-Macaulay

Ahora vamos a caracterizar las gráficas cúbicas que son Cohen-Macaulay.

Definición 4. Sean *A*, *B* y *C* las siguientes gráficas

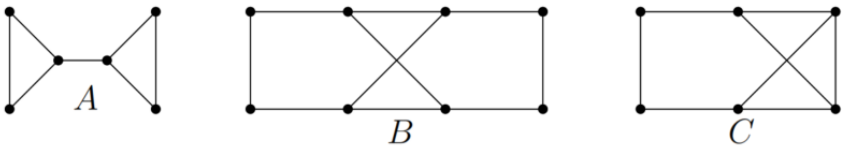


Figura 3

Un par de vértices terminal es un par de vértices adyacentes de grado 2 de *A* en *B*, o *C*. Una gráfica *G* está en *W* si *G* es una colección de copias de *A*, *B* y *C*, unidas por cada par de vértices terminal por dos arista a otro par de vértices terminal (posiblemente la misma subgráfica *A*, *B* o *C*) tal que *G* es cubica.

Teorema 2. [4] Sea *G* una gráfica cúbica. Entonces *G* es bien-cubierta si y sólo si una de las siguientes condiciones es cierta:

1. $G \in W$; o
2. G es una de las seis gráficas excepcionales: K_4, $K_{3,3}$, $K_{3,3}^*$, $C_5 \times K_2$, Q^{**} *o* P_{14}.

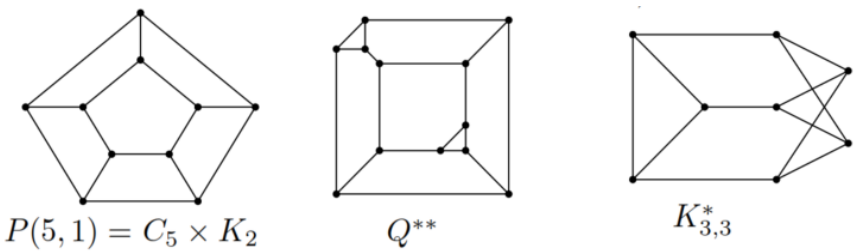


Figura 4

Notación 1. Sea *G* una gráfica en *W*. Denotamos por $G = (D_1, D_2, \ldots, D_r)$ con $D_i \in \{A, B, C\}$ si *G* es una unión disjunta de $D_i, V(G) = \sqcup^r_{i=1} V(D_i)$, y un par de vértices terminal de D_i es unido por dos aristas a un par de vértices terminal de D_{i+1}. Además, $D_1 = D_r = C$ o un par de vértices terminal de D_1 es unido por dos aristas a un par de vértices terminal de D_r.

2.2. **Investigación cualitativa**

El análisis cualitativo lo centramos en comprender las interrelaciones entre las propiedades combinatorias de las gráficas y las propiedades algebraicas de los complejos simpliciales asociados ya que estos nos permiten definir el anillo de Stanley-Reisner asociado. En particular, la investigación explora, gráficas bien-cubiertas. Estas gráficas conforman una clase especial donde cada conjunto independiente maximal es máximo, esto es, todos los conjuntos independientes maximales tienen la misma cardinalidad. El trabajo utiliza gráficas bien-cubiertas como punto de partida para profundizar en la propiedad de Cohen-Macaulay y también para construir nuevas gráficas que sigan siendo bien-cubiertas y estudiar qué pasa con la propiedad de Cohen-Macaulay.

Existen varios resultados conocidos donde se exploran ciclos pequeños en gráficas: estos problemas abordan el impacto de los ciclos pequeños (p. ej., 3-ciclos, 5-ciclos) en la estructura de las gráficas de Cohen-Macaulay. Específicamente, exploran cómo estos ciclos interactúan con la propiedad de descomponerse por vértices y cómo pueden utilizarse para clasificar las gráficas de Cohen-Macaulay. También se estudian las gráficas transitivas considerando este análisis se extienden a las gráficas transitivas, donde la estructura de la gráfica permanece invariante ante automatismos. La investigación identifica familias específicas de gráficas transitivas donde se cumple la propiedad de Cohen-Macaulay, lo que contribuye a la comprensión de descomponerse por vértices en estructuras de gráficas simétricas.

Nosotros por ahora solo nos enfocamos en trabajar con las gráficas de nivel l, producto fuerte y gráficas cúbicas. Considerando estas construcciones vamos a estudiar las propiedades algebraicas de dichas gráficas resultantes.

3. **Resultados**

Lema 1. Si $v \in V(G)$ y $t \in [1,2,\ldots,l\}$ donde $l \geq 2$, entonces tenemos que el grado de cada vértices en la gráfica de nivel l fuerte es $d_{G_f^l(G)}(x_i^t) = l(r+1)-1$ si y sólo si $d_G(v_i) = r$.

Demostración. Supongamos que los vecinos de v_i son $N_G(v_i) = \{v_{i_1}, v_{i_2}, \ldots, v_{i_r}\}$, entonces

Por lo tanto, si y sólo si

$$N_{G_f^l(G)}(x_i^t) = \{x_{i_1}^1, x_{i_2}^1, \ldots, x_{i_r}^1, x_{i_1}^2, x_{i_2}^2, \ldots, x_{i_r}^2, \ldots, x_{i_1}^l, x_{i_2}^l, \ldots, x_{i_r}^l\} \cup \{x_i^1, x_i^2, \ldots, x_i^l\}.$$

Corolario 1. Sea G una gráfica simple y $l \geq 2$, entonces G es regular si y sólo si $G_f^l(G)$ es una gráfica regular.

Demostración. Se sigue del Lema 1.

Teorema 3. Si $l \geq 2$, entonces G es bien-cubierta si y sólo si $G_f^l(G)$ es bien-cubierta.

Demostración. Tomemos un conjunto independiente B de $G_f^l(G)$. Aquí, si $x_i^\alpha, x_j^\alpha \in B$, entonces i y j son diferentes y $\{v_i, v_j\} \notin E(G)$. Como consecuencia, $|B| = |\phi(B)|$ y $\phi(B)$ es un conjunto independiente de G. Tomemos la función $\tilde{\phi} : \Delta_{G_f^l(G)} \to \Delta_G$ definida por $\tilde{\phi}(B) = \phi(B)$. Además, si $F \in \Delta_G$, con $F = \{v_{i_1}, v_{i_2}, \ldots, v_{i_s}\}$, entonces $\tilde{F}' = F$, donde $F' = \{x'_{i_1}, x'_{i_2}, \ldots, x'_{i_s}\}$. Así, $\tilde{\phi}$ es sobreyectiva. También, si $F, F' \in \Delta_{G_f^l(G)}$, con $F \subseteq F'$, entonces $\tilde{\phi}(F) = \phi(F) \subseteq \phi(F') \subseteq \tilde{\phi}(F')$. Por lo tanto, $\tilde{\phi}(F)$ es maximal en Δ_G si y sólo si F es maximal en $\Delta_{G_f^l(G)}$.

Lema 2. Si $v \in V(G)$ y $t \in [1,2,\ldots,l\}$ donde $l \geq 2$, entonces tenemos que el grado de cada vértices en la gráfica de nivel l es $d_{G^l(G)}(x_i^t) = l(r)$ si y sólo si $d_G(v_i) = r$.

Corolario 2. Sea G una gráfica simple y $l \geq 2$, entonces G es regular si y sólo si $G^l(G)$ es una gráfica regular.

Teorema 4. Si $l \geq 2$, entonces G es bien-cubierta si y sólo si $G^l(G)$ es bien-cubierta.

Teorema 5. Sea $G = C_4$ una gráfica simple. Entonces, H es una gráfica bien-cubierta si y sólo si $C_4 \boxtimes H$ es una gráfica bien-cubierta.

Definición 4. Para enteros $n \geq 3$ y $1 \leq r < n/2$, la gráfica de Petersen generalizada $P(n,r)$ es la gráfica con conjunto de vértices $\{a_0, a_1, \ldots, a_{n-1}, b_0, b_1, \ldots, b_{n-1}\}$ y aristas $a_i b_i, a_i a_{i+1}, b_i b_{i+r}$ para $i \in \{0,1,\ldots,n-1\}$ con aritmética modular n.

Definición 5. Una subgráfica H de G se llama un c-menor (de G) si existen un conjunto independiente S de G, tal que $H = G \backslash N_G[S]$.

Teorema 6. Sea G una gráfica cúbica, entonces las siguientes condiciones son equivalentes

1. Cada componente conexa de G es K_4 o $P(3,1)$;
2. G es Cohen-Macaulay;
3. Δ_G se descompone por vértices.

Demostración. 1) $\Leftrightarrow$ 2) Primero, supongamos que $G \in W$. Podemos asumir que $G = (D_1, D_2, \ldots, D_r)$ con $D_i \in \{A, B, C\}$.

Si $r = 2$, entonces . Si $G = \{(A,A), (A,B), (C,C), (B,B)\}$. Si $G = (A,A)$, entonces

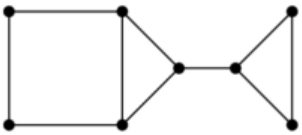


Figure 5

es un c-menor de G. Pero su f-vector es $f = (1,8,18,10)$ y su h-vector es $h = (1,5,5,-1)$. Una contradicción. Ahora, si $G = (A, B)$ o $G = (B, B)$, entonces la siguiente gráfica

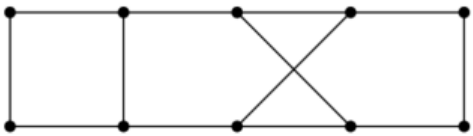


Figure 6

es un c-menor de G, cuyo f-vector es $f = (1,10,32,38,14)$ y h-vector es $h = (1,6,8,0, -1)$. Esto es una contradicción, así $G = (C\ y\ C)$ y

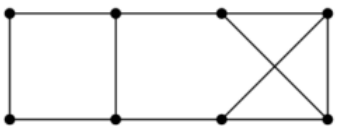


Figure 7

es un c-menor de G cuyo f-vector es $f = (1,8,17,8)$ y su h-vector es $h = (1,5,4, -2)$. Contradicción.

Ahora, asumamos que $r \geq 3$. Por lo que, existe i tal que $D_i \in \{A, B\}$. Si G contiene la gráfica B, la siguiente gráfica

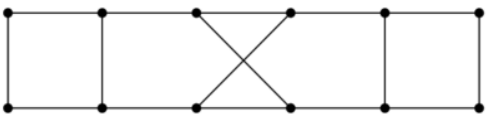


Figure 8

es un c-menor de G cuyo f-vector es f = (1,12,50,88,64,12) y su h-vector es h = (1,7,12,0, -5, -3). Una Contradicción. Ahora, si G contiene la gráfica A, entonces la siguiente gráfica es un c-menor de G

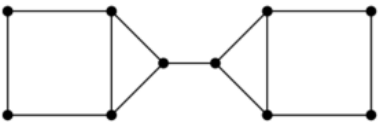


Figure 9

cuyo f-vector y h-vector son f = (1,10,32,36,12) y su h-vector es h = (1,6,8,-2,-1) y G no es Cohen-Macaulay. Una contradicción.

Si r = 1, como consecuencia $G = (B)$ *o* $G = (A)$. Si $G = (B)$, entonces su f-vector es f = (1,8,16,8) y su h-vector es h = (1,5,3,-1). Una contradicción, entonces $G = (A) \simeq P(3,1)$.

Ahora, asumimos que $G \notin W$. Además, tenemos que $h(K_{3,3})$ = (1,3,-3,1), $h(K^{*}_{3,3})$ = (1,5,3,-2), $h(C_5 \times K_2)$ = (1,6,6,-4,1), $h(Q^{**})$ = (1,8,18,10,-1) y $h(P_{14})$ = (1,9,24,18, -2, -1). Por lo tanto, $G \simeq K_4$.

1) $\Leftrightarrow$ 3) El complejo de independencia de K_4 es 0-dimensional y el complejo de independencia de $P(3,1)$ es 1-dimensional y conexo. Por lo tanto, K_4 y $P(3,1)$ se descomponen por vértices.

4. Conclusiones

Este proyecto se ha enriquecido con detalles algebraicos, topológicos y combinatorios. Ofrece un análisis de las gráficas Cohen-Macaulay. Seguimos trabajando en construir familias de gráficas donde la gráfica sea Cohen-Macaulay pero no sea escalonable o se descomponga por vértices.

5. Referencias

Aigner, M. (1997). *Combinatorial Theory*. Springer.

Biggs, N. (1993) *Algebraic graph theory.* Cambridge University Press.

Bruns, A., Herzog, J., & Cohen-Macaulay R. (1997) Cambridge University Press.

Campbell, S. R., Ellingham, M. N., & Gordon F. (1993). A characterisation of well-covered cubic graphs. En Combin, J. (1993). *Math. Combin. Comput*. 13. 193-212.

Diestel, R. (2000). *Graph Theory, Graduate Texts in Mathematics* 173, SpringerVerlag.

Finbow, A., Hartnell, B., & Nowakowski, R. J. (1993). A characterization of Well Covered Graphs of Girth 5 or Greater.

Journal of Combinatorial Theory. 57, 44-68.

Finbow, A., Hartnell, B., & Nowakowski, R. J. (1994). A characterization of Well Covered Graphs that contain neither 4- nor 5-cycles. *Journal of Graph Theory*. 18, 713-721.

Stanley, R. P. (1996). Combinatorics and Commutative Algebra. *Progress in Mathematics*, 41. Birkhauser Boston.

Van Tuyl, A., Villarreal, R. H. (2008). Shellable graphs and sequentially Cohen-Macaulay bipartite graphs. *Journal of Combinatorial Theory Series A*, 115, 799-814.

ELADIO DIESTE Y LAS BOVEDAS DE DOBLE CURVATURA

Ana María Marín Palma
Universidad Politécnica de Madrid

1. Introducción

Eladio Dieste (1917-2000) fue un ingeniero civil uruguayo que comenzó su trayectoria profesional calculando y construyendo naves industriales y estructuras singulares en hormigón armado.

Consideraba que utilizar el hormigón armado como material estructural, por excelencia en Uruguay, era antieconómico, sobre todo cuando el material tradicional del país era la arcilla cocida.

En 1954, junto a su antiguo compañero de facultad, Eugenio Montañez, fundó la empresa Dieste & Montañez, S. A., con el propósito de realizar los mismos encargos que recibía en hormigón armado, pero a partir de entonces con un nuevo material, creado por él: la cerámica armada. El nuevo material conllevó proyectar nuevas formas resistentes y una nueva puesta en obra.

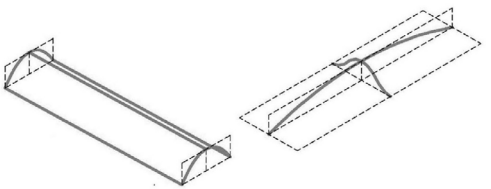
En su artículo *Las tecnologías apropiadas y la creatividad* (Dieste, 1998), Dieste reflexionaba sobre si había que impulsar un desarrollo basado en la identidad de un territorio o si, por el contrario, había que utilizar el enfoque que marcaban los países industrializados (Europa y Norteamérica). Si tenemos en cuenta la fecha en que se realizó esta reflexión —dentro de la producción del ingeniero, cuando el desarrollo de su carrera ya estaba plenamente consolidado—, no se trata de una dubitación, sino de un llamamiento a los futuros arquitectos e ingenieros para que no se dejen llevar por la inercia de aceptar todo lo que ya está hecho como bueno, aunque vaya en contra de su clima, su sociedad y su cultura. El hecho de sustituir el hormigón por

la cerámica es un ejemplo de actuar con espíritu crítico y responsabilidad científica, de romper con la rutina de supeditar el destino de un país al de otros y de crear desde el conocimiento y la tradición constructiva.

Dentro de todo su repertorio tipológico formal-estructural, las láminas de doble curvatura ocupan un lugar excepcional dentro de toda su producción, ya que ponen de manifiesto el pensamiento ético y estético de este ingeniero.

2. Estructuras laminares de cubierta

Las primeras estructuras laminares de cubierta que realizó Dieste fueron bóvedas de simple curvatura de directriz catenaria sin tímpanos. Con esta tipología consiguió salvar luces transversales de hasta 30 m (figura 1a), pero cuando quiso aumentar las luces transversales sin apoyos intermedios, se dio cuenta que debía de aumentar la inercia para hacer frente a la aparición de las inevitables flexiones y al riesgo de pandeo, por lo que se planteó la solución de ondular la bóveda, solución ya utilizada por otros ingenieros y arquitectos anteriores a él (figuras 1b).



a b

Figura 1. a: Bóveda de simple, b. Bóveda de doble curvatura.
Fuente: elaboración propia.

En lugar de elegir alguna de las tipologías ya ensayadas a lo largo de la historia de las estructuras, optó por crear una propia. Diseñó una cascara de doble curvatura, compuesta por una sucesión de curvas catenarias, en las que se varía la flecha en el sentido longitudinal, y en el sentido transversal, va desde un máximo en la clave hasta cero en los elementos extremos de borde (figura 2).

A esta nueva tipología abovedada la denominó bóvedas gausas, por la similitud de su sección con la mitad de la campana de Gauss.

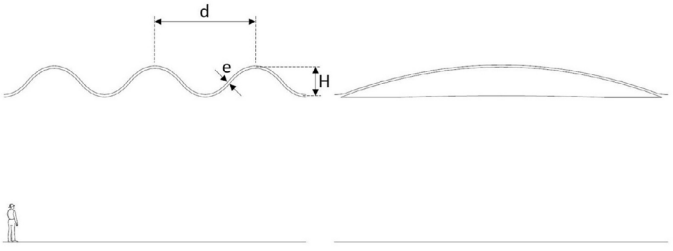


Figura 2: Esquema de bóvedas gausas continuas. H: altura, d: amplitud, e: espesor de la bóveda. Figuras: a. Sección longitudinal; b. Sección transversal. Fuente: elaboración propia.

Partiendo de la forma de una bóveda gausa continua, eliminó los ladrillos más próximos a la vertical mayor y los sustituyó por vidrio, lo que permitió así la entrada controlada de luz cenital. A estas bóvedas las denominó gausas discontinuas (figura 3a), para diferenciarlas de las que no tenían ventanales, a las que llamó nombró gausas continuas (figura 3b).

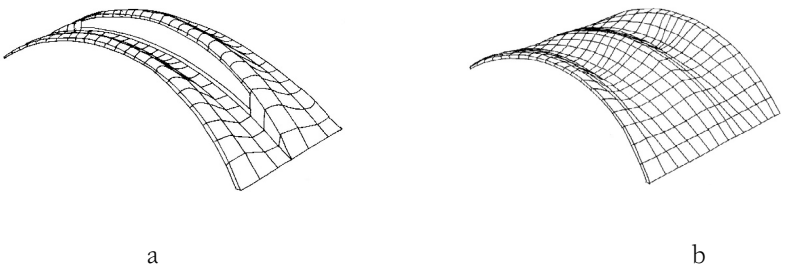


Figura 3. Perspectiva de bóvedas gausas: a. Discontinuas; b. Continuas. Fuente: elaboración propia. Interpretación de la imagen: Dieste, 1985, p. 53 y p. 51, respectivamente.

3. Las bóvedas gausas

Cuando Dieste decide ondular la bóveda, resuelve la rigidez a nivel longitudinal y transversalmente, con la ondulación variable —desde un máximo en la clave hasta cero en los arranques— logra solucionar el encuentro con las vigas o los muros de borde donde descansaban las bóvedas, permitiendo

que estos tuvieran muy poco espesor, aunque no pudo eliminar el atirantado, para contrarrestar los empujes horizontales.

Una solución fue introducir los tensores en los valles de las bóvedas (figura 4a), pues si la ondulación longitudinal era muy grande, la parte baja de la onda quedaba prácticamente horizontal, por lo que el tensor se colocaba aquí, quedando incorporado dentro de la lámina y no visualizándose. Esta solución se utilizó en la Iglesia Cristo Obrero y Nuestra Señora de Lourdes, en Atlántida, Departamento de Canelones, 1958–1960.

Una segunda solución fue que las bóvedas descansasen en vigas, que a su vez lo hacían en pilares en forma de contrafuertes, macizos o calados, de hormigón armado (figura 4b). Esta solución se usó en el Gimnasio Intendencia Municipal, en Ciudad de Dolores, Departamento de Soriano, 1962.

Otra alternativa fue disponer los tensores vistos por el exterior de las bóvedas, para lo que tuvo que aumentar la longitud de los pilares por encima del edificio para poder anclarlos en su prolongación (figura 4c). Esta solución la utilizó en el Gimnasio del colegio don Bosco, Montevideo, Departamento de Montevideo, 1983–1984.

Sin embargo, la opción que se utilizó generalmente fue colocar los tensores por el interior (figura 4d). Esto supuso una incomodidad constructiva, ya que no era fácil trasladar las cimbras móviles, ya que o bien había que bajar la situación del tensor introduciendo flexión y cortante en el pilar, o bien había que aumentar el ancho de la viga sobresaliendo del pilar, o ambas cosas a la vez (Dieste y Montañez, 1985). También supuso que, al introducir una segunda línea estructural visible, se restara diafanidad a los espacios, reduciendo calidad estructural.

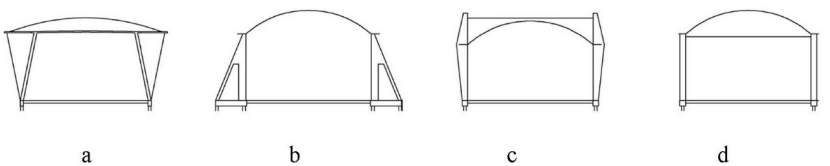


Figura 4. Soluciones de la colocación del tensor para resistir el empuje de las bóvedas. a. Colocación del tensor en el valle de la bóveda; b. Realización de contrafuertes (macizos o calados); c. Prolongación de los pilares y colocación del tensor por encima de las bóvedas y d. Situación del tensor por el interior. En las soluciones b y c se debían de colocar también tensores a nivel de suelo. Fuente: elaboración propia.

4. Los componentes

4.1. El material

Para ganar inercia sin aumentar el peso, estas bóvedas se construyeron con piezas cerámicas denominadas bovedillas o ticholos (figura 5). Ambas son paralelepipédicas, con huecos paralelos a la cara de apoyo, de dimensiones 25 cm de largo, 25 cm de ancho y altura variable, empleándose preferentemente las de 7 y 10 cm de grueso.

Como la bóveda, longitudinalmente, estaba formada por catenarias de diferentes flechas, el comportamiento estructural variaba de unas a otras, cambiando las tensiones a las que estaban sometidas y también sus acortamientos. La armadura situada en los nervios longitudinales estaba destinada a dar continuidad a la lámina.

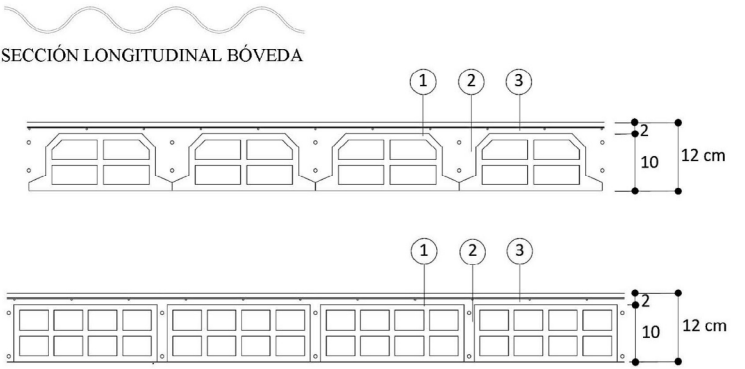
La cuantía de esta armadura dependía del cálculo estructural, pero para tener una noción sobre su valoración, se colocaba 1 Ø 8 mm cada dos piezas cerámicas, es decir, cada 52 cm (Jiménez, 1996), o 2 Ø 8 mm cada metro (Dieste y Montañez, 1985).

La armadura transversal servía para soportar las flexiones. El cálculo mostró que con 2 Ø 6 mm en todos los nervios, es decir, cada 25 cm (el ancho de la pieza), era suficiente para resistir las flexiones, incluso en las mayores bóvedas construidas (Dieste en Jiménez, 1996). Las luces transversales de las bóvedas llegaron a alcanzar los 50 m.

El conglomerante empleado fue el cemento Portland, que se dosificó convenientemente para fabricar los diferentes morteros. La dosificación y consistencia dependían de su situación y, por tanto, de su función en la lámina. En las juntas entre ladrillos, la dosificación en volumen estaba entre 1:2, 1:2,5 o 1:3 (relación cemento: arena), con una consistencia blanda y muy compactado el mortero de las juntas (Dieste y Montañez, 1985).

El espesor de las juntas dependía del diámetro de la armadura que debía de ir embebida en su masa. Así, si se trataba de un redondo de 6 mm de diámetro, se necesitaba un espesor de junta de unos 18 mm para colocar a cada lado la misma distancia del diámetro del redondo que arropaba. De esta manera se conseguía asegurar que la armadura no entrase en contacto con el material cerámico. En el caso de utilizar bovedillas como piezas cerámicas, al tener una pequeña suela, la junta podía ser tan estrecha como se necesitase visualmente, coincidiendo su colocación con la dirección transversal. Para

mantener el mismo espesor de junta en el sentido longitudinal, se entallaba la pieza y se alojaba en este hueco el mortero y las barras de acero.



Leyenda figuras:

1. Pieza cerámica tipo bovedilla en figura superior y ticholo en figura inferior. Dimensiones: 250 x 250 x 100 mm.
2. Junta de mortero de cemento Portland con armado. Junta transversal: barras de acero 2Ø6 mm en cada junta. Junta longitudinal: barras de acero 1Ø8 mm cada dos piezas.
3. Capa de alisado, espesor: 20 mm, realizada con mortero de cemento Portland y armada con una malla electrosoldada de 100 x 100 mm – Ø 3 mm.

Figura 5. Esquema detalles constructivos tipo por sección longitudinal. Fuente: elaboración propia.

Una vez realizada la capa estructural cerámica, se terminaba la bóveda con la denominada capa de alisado. Se trataba de una capa de mortero con una dosificación de 1:3 (cemento: arena), con un espesor de entre 1,5 a 3 cm, que se armaba con una malla electrosoldada de 100x100 mm, de Ø 3 mm; de 150x150 mm, de Ø 3 mm; o de 150x150 mm, de Ø 4 mm, u otras equivalentes. El armado tenía como objetivo asegurar que el elemento actuase como una unidad elástica frente a las cargas concentradas, evitando así que el mortero se fisurase, ni por retracción del material ni por cambios de temperatura.

La finalidad de esta capa era ofrecer un revestimiento continuo que impermeabilizara la cubierta, ya que la lámina estructural cerámica no presentaba una superficie homogénea. Además, servía de soporte para la aplicación de una última capa de pintura impermeabilizante. El empleo de estas dos capas permitió mantener el reducido espesor de las bóvedas, definido por el grueso de la pieza cerámica utilizada.

Cuando examinamos un detalle constructivo tipo (figura 5), el producto predominante es la pieza cerámica, que representa entre el 80 % y el 94 % del volumen total (sin contar la capa de alisado).

Como la capa de alisado no formaba parte de la lámina estructural, el único material para controlar su resistencia era el mortero de las juntas. Por lo tanto, pasadas unas horas, cuando endurecía y aun sin tener la resistencia definitiva, si la bóveda conseguía rigidez, se podía desmoldar, ya que en el sentido transversal trabajaba solidarizada por su peso y, en el sentido longitudinal, por las armaduras dispuestas en este sentido, vinculándose fuertemente las piezas cerámicas entre sí por la compresión producida por la gravedad.

Como la carga crítica de pandeo era proporcional al módulo de elasticidad y al momento de inercia, las juntas trabajaban como semiarticulaciones, aunque no estuvieran totalmente endurecidas. Como el módulo de elasticidad de la lámina era bajo, para conseguir la necesaria estabilidad al pandeo del conjunto había que aumentar el momento de inercia, para lo que se utilizó la forma ondulada (Dieste y Montañez, 1985).

La resistencia de rotura mínima exigida en los morteros de las juntas a las 14 horas era 5 MPa, y de 30 MPa a los 28 días (Dieste y Montañez, 1985).

La experiencia le enseñó que, para bóvedas de 15 m de luz, el tiempo necesario para que la consistencia del mortero asegurase una buena distribución de los esfuerzos era de tres horas, y para bóvedas de 30 m de luz, de catorce horas. Este tiempo representaba el plazo trascurrido desde que se terminaba la jornada diaria, a las 17:00 h, hasta que empezaba a las 7:00 h del día siguiente (Jiménez, 1996). Una ventaja de desencofrar tan rápido era que la estructura se probaba durante el proceso constructivo, ya que su resistencia y rigidez finales eran muy superiores a las iniciales.

El encofrado para realizar las estructuras laminares de cubierta era caro, por lo que, para minimizar su impacto en el coste total de la obra, se diseñó como una cimbra móvil, fácil de montar, desmontar y reutilizable (figura 6).

4.2. **La cimbra móvil**

Se trataba de un dispositivo compuesto por dos partes (figura 6): un molde de madera en la parte superior y una estructura tridimensional de acero en la parte inferior,

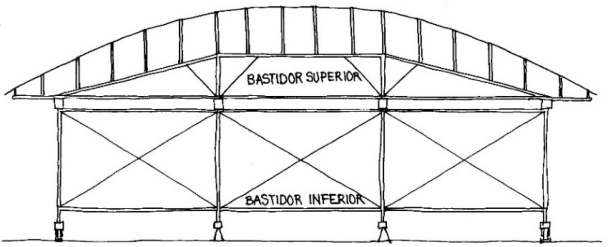


Figura 6: Cimbra móvil tipo. Fuente: elaboración propia.
Interpretación de la imagen Dieste y Montañez, 1985, p. 30.

El encofrado de madera reproducía la forma exacta de la bóveda que se iba a construir. Estaba compuesto por tablas calibradas de poca anchura que conformaban una superficie plana y continua. Además, esta estructura era la plataforma de trabajo de los operarios, donde se recibía todo el material que se iba a colocar durante la jornada, lo que permitía un ritmo de trabajo continuo.

La parte inferior estaba constituida habitualmente por varias torretas o columnas. El número de torretas dependía de la luz transversal de la bóveda. Independientemente del número de torretas existentes, solo dos de ellas terminaban en ruedas que se deslizaban sobre unos carriles metálicos dispuestos en el suelo de la edificación, lo que permitía su desplazamiento horizontal. Las torretas que no terminaban en ruedas lo hacían en unos pies que, apoyados en el suelo, aumentaban la estabilidad a la estructura y que se subían manualmente cuando había que trasladarse la cimbra. Las ruedas llevaban unos gatos situados encima de ellas que eran los que permitían subir y bajar toda la cimbra.

Todas las torretas estaban unidas entre sí por una estructura anular superior que formaba un conjunto. Si las bóvedas llevaban tensores vistos, sobre este anillo se colocaba otro anillo idéntico, separados entre sí por unos tacos de madera. Los tacos coincidían con la altura de los tensores que atirantaban a las bóvedas, de manera que, desplazando el taco de madera de un lado al otro del cable, la cimbra se podía desplazar libremente.

Como ya se ha indicado, el ancho de la cimbra se correspondía con la luz transversal de la bóveda, por lo que podía trasladarse sin dificultad en el caso de naves rectangulares, pero cuando las fachadas eran curvas, con entrantes y salientes, los extremos se abatían para permitir su desplazamiento. La dimensión longitudinal dependía de si las bóvedas eran gausas continuas o

discontinuas. En el caso de las continuas, estaba en función de la amplitud. Para las discontinuas, se correspondía con una franja completa de bóveda.

En estas condiciones se consiguió que el molde no lastrase el coste global de la obra, y un ejemplo de ello es la realización de las bóvedas gausas del Pabellón de productores del Mercado Central de Abastecimientos de Puerto Alegre, en Brasil, 1962-1972 (figura 7).

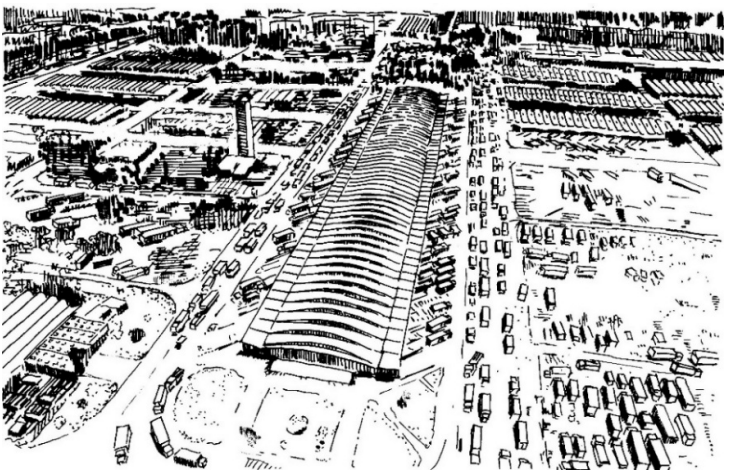


Figura 7. Pabellón de productores del Mercado Central de Abastecimientos en Puerto Alegre, Brasil, 1962-1972.
Fuente: elaboración propia. Interpretación de la imagen Brizuela, 2019, p. 75.

Cada onda tenía una amplitud de 5 m, una luz transversal de 30 m, y losas voladas en sus laterales de 8,5 m cada una, pero el empleo del mismo molde cincuenta y cinco veces, y la rapidez en su construcción, convirtieron la utilización de la cerámica armada como un material estructural viable económicamente.

5. Proceso constructivo de una bóveda gausa

5.1. La estructura de apoyo

Esta tipología abovedada estaba destinada a cubrir grandes dimensiones, tanto transversal como longitudinalmente, por lo que lo común era que las bóvedas se apoyasen en vigas y pilares de hormigón armado, que debían estar terminados y en condiciones de recibir la carga de las bóvedas antes del comienzo de la ejecución de estas.

Las dos vigas longitudinales se disponían a lo largo de la nave, coincidiendo la distancia entre ambas con la luz transversal de las bóvedas, que variaba entre 35 y 50 m. Las vigas se apoyaban en pilares cuya distancia variaba entre 5 y 7 m, correspondiéndose con la amplitud de la bóveda si era continua, o con cada bóveda si era discontinua.

Tanto las bóvedas gausas continuas como las discontinuas necesitaron de tensores metálicos que había que darles una tensión previa antes de su desmoldado, con el fin de seguir manteniendo la distancia entre las vigas de borde. Si no se realizaba de esta manera, el tensor entraba en carga al estirarse por el empuje de la bóveda y ese aumento de la cuerda provocaba fisuraciones en las bóvedas, en la zona próxima a los apoyos, que era donde menos inercia tenía. La tensión definitiva se realizaba una vez que se había liberado la bóveda del molde.

Las vigas de borde también se calculaban para los diferentes estados tensionales por los que pasaban: con la bóveda sin carga y apoyada en el molde (estado previo), apoyada en el molde con una tensión no definitiva (precomprimida) y, cargada y precomprimida (tensión definitiva).

En las dos vigas de borde longitudinales, donde iban a apoyar las bóvedas, se dejaban esperas de barras de acero, perfectamente enfrentadas para que empalmaran y continuaran con cincuenta y cinco veces la armadura que iba a ir alojada en los nervios transversales de las bóvedas.

En las estructuras de vigas y de pilares, también se había efectuado las previsiones necesarias para la colocación y tesado de los cables que atirantaban las bóvedas.

Una vez ejecutada la estructura de apoyo se acondicionaba el suelo de la edificación y se disponían dos carriles metálicos (similares a los de un tren) a lo largo de toda la estructura, perfectamente alineados, nivelados y calculados para soportar el peso del molde móvil, de la bóveda y de los operarios que iban a trabajar sobre ella.

5.2. **Montaje de la cimbra móvil**

El bastidor metálico se armaba empleando barras y tirantes de acero en el lugar exacto donde se iba a ejecutar la primera bóveda. Simultáneamente, a pie de obra, se ensamblaban las cimbras extremas del molde de madera, las cuales, una vez finalizadas, eran izadas mediante una grúa y apoyadas sobre el armazón metálico ya terminado.

Entre las cimbras extremas, se realizaba otro armazón de madera, formado por costillas que servían de base al molde de la bóveda. Este molde, también de madera, se fijaba a las costillas mediante clavos.

Una vez terminada la cimbra móvil, esta se izaba hasta la altura fijada para comenzar las bóvedas.

Para facilitar la colocación de las piezas cerámicas sobre el forro de madera, se dibujaban líneas coincidiendo con las juntas de mortero entre ladrillos, que servían de guía a los operarios encargados de esta tarea.

5.3. **La lamina estructural cerámica**

Sobre el molde de madera de la cimbra móvil, se subía el material cerámico con una grúa de brazo, colocándolo en ambas faldas de la bóveda. Si las bóvedas eran de grandes dimensiones, generalmente se realizaban en dos jornadas de trabajo. En cada una de ellas se ejecutaba la mitad longitudinal de una bóveda. La construcción empezaba simultáneamente por ambas faldas, con los obreros separados la distancia necesaria para no molestarse al trabajar. Cuando se estaba próximo a la clave, se quedaba un solo equipo.

Sobre el molde de madera se disponían las piezas cerámicas, saturadas con agua, como si fuera un damero. Era preciso mantener su humedad constante, por lo que se mojaban continuamente. También se preparaba el mortero que se había de utilizar para rellenar las juntas longitudinales, con una proporción de 1:2 (cemento: arena), y las barras de acero del armado que se colocarían en estos nervios. Si se trataba de una bóveda continua, no se colocaban piezas cerámicas en las dos o tres últimas hiladas próximas al borde transversal, dejando sobresalir el armado longitudinal, para empalmar y solapar con los de las hiladas de la siguiente bóveda, de modo que se facilitara la continuidad.

Una vez realizadas las juntas longitudinales con su armado, se procedía a colocar el armado de las juntas transversales, que estaban vacías de mortero. Este armado se empalmaba con las barras de espera dejadas previamente en las vigas longitudinales de apoyo de las bóvedas.

Los armados de los diferentes nervios (longitudinales y transversales) se ataban entre sí con alambre, dejándole lo suficientemente largo para atar también la malla electrosoldada que se colocaría en la capa de alisado.

Una vez colocadas las piezas cerámicas y todo el armado, se procedía a rellenar los nervios transversales con mortero de consistencia plástica,

teniendo especial cuidado que entrase bien en todas las juntas, ayudándose incluso de una cuchada para aplastarlo.

Este mortero se vertía en abundancia para cubrir toda la lámina cerámica con una fina capa, y se colocaba un mallazo.

5.4. **Ejecución de la capa de alisado**

La malla metálica electrosoldada estaba parcialmente sumergida en esta primera capa de mortero, sin posibilidad de desplazarse, ya que estaba atada al armado de los nervios longitudinales y transversales.

Antes de que el mortero fraguara, se vertía una segunda capa de mortero más pastoso, con una proporción de 1:3 (cemento: arena). Esta capa se compactaba cuidadosamente con la cuchada, y se le daba un acabado fratasado, dejando la superficie preparada para el revestimiento final.

Una vez terminada la capa de alisado, se podía aplicar un recubrimiento destinado a controlar la pérdida de humedad del mortero. Finalmente, se aplicaba una pintura a la cal o una pintura con propiedades impermeabilizantes de color blanco para el acabado definitivo.

5.5. **Montaje de los tensores**

En el momento en que se comenzaba a subir el material cerámico sobre el forro de madera, se comenzaba la preparación de los tensores colocando la vaina plástica y la armadura dentro de ella para su posterior tesado.

Este tesado se realizaba en dos fases: la primera, con la ejecución de la primera franja de la lámina cerámica; el definitivo, una vez terminado el módulo completo de bóveda.

5.6. **Traslado del molde**

Para bajar el molde y moverlo a su nueva posición, se quitaban los apoyos fijos, se descalzaban las ruedas, se bajaba el molde y se desplazaba a la nueva posición.

Si el tensor era visto, el molde se desplazaba hasta quedar enfrentado a los tacos de madera. En este momento, se desmontaban, se trasladaban y se montaban los tacos detrás del tensor, y el molde continuaba avanzando.

La colocación de la cimbra en su nueva posición no era un trabajo fácil, pues las barras de acero que se habían dejado en espera en la línea de la sección transversal y en las vigas de borde laterales debían de coincidir con

los nervios transversales y longitudinales de la nueva lámina cerámica. Una vez alcanzada la posición definitiva, se calzaban las ruedas, se colocaban los apoyos fijos y se subía el molde, comenzando así la rutina del proceso constructivo.

7. Referencias

A. Jiménez, *Eladio Dieste 1943-1996*, Catálogo de la exposición itinerante organizada por la Dirección General de Arquitectura y Vivienda de la Consejería de Obras Públicas y Transportes de la Junta de Andalucía, Junta de Andalucía, Sevilla, 1996.

A.M. Marín Palma. Eladio Dieste, *Forma y estructura. La creación de un nuevo material: la cerámica armada* (Tesis doctoral), Universidad de Alcalá, 2021. http://hdl.handle.net/10017/50789 (link permanente).

M.L. Brizuela de Seadi, *Por una arquitectura moderna «gaucha»: aproximación constructiva y estudio de conservación del mercado CEASA/RS. Porto Alegre, Brasil,* (Trabajo Fin de Máster), 2019. http://hdl.handle.net/10251/131734 (acceso 20 mayo 2025).

E. Dieste, *Pandeo de láminas de doble curvatura*, Ediciones de la Banda Oriental, S.R. L., Montevideo, 1985.

E. Dieste, E. Montañez, *Bóvedas arco de directriz catenaria en cerámica armada,* Oficina Regional de Ciencia y Tecnología de la UNESCO para América Latina y el Caribe ROSTLAC, Montevideo, 1985.

E. Dieste, *Las tecnologías apropiadas y la creatividad*, en R. Gutiérrez (Coord.), Arquitectura latinoamericana en el siglo xx, Lunwerg Editores, S.A., España, 1998, pp. 41-51.

REIVINDICANDO EL VALOR DEL SISTEMA DE ESPACIOS LIBRES EN EL PROYECTO URBANO DE BARRIO: IDENTIDAD, COHESIÓN Y SOSTENIBILIDAD

Daniel Navas-Carrillo
Universidad de Málaga (España)
Heechang Chae
Universidad de Málaga (España)

1. Introducción

El espacio libre es donde la población se encuentra, se socializa y vive en comunidad, dotando de urbanidad a la ciudad (Jacobs, 1973). La presencia activa de un sistema de espacios libres es esencial para integrar diferentes actividades y personas, promoviendo la vitalidad urbana. Sin embargo, en la ciudad contemporánea se ha perdido su función integradora. Los modos modernos de hacer ciudad diluyen sus funciones por la expansión descontrolada, la movilidad rodada, la fragmentación y la monofuncionalidad, generando una ciudad líquida y fragmentada. Esto ha banalizado el concepto (López de Lucio, 2007), debido a la proliferación de espacios sin función real, y el énfasis en lo representativo sobre lo cotidiano, lo que introduce también una perspectiva de género.



Figura 1. Espacios de encuentro y vida comunitaria: Plaza de la Constitución, Plaza de la Merced,y de Enrique García, Málaga.
Fuente: Elaboración propia.

La hegemonía de la movilidad y la privatización del espacio libre, derivadas de las formas urbanas y su gestión posterior (Borja, 2011), contribuyen a ello, aunque movilidad y espacio libre son sistemas entretejidos. Esta comunicación explora su papel integrador desde tres funciones: estructuradora, ambiental y social. El sistema debe articular las formas edificadas y definir la trama urbana como parte de un mismo sistema. También se aborda su capacidad para generar identidad urbana, permitiendo a la población reconocerse en cada espacio (Lynch, 1959), y reforzando el sentimiento de pertenencia (Navarro-de-Pablos *et al.,* 2021), clave para la conciencia colectiva sobre el barrio.

Además, los espacios libres cumplen una función ecológica esencial. Conectan el asentamiento urbano con su entorno natural, articulan la infraestructura verde como «una red estratégicamente planificada de espacios naturales y seminaturales, y otros elementos ambientales diseñados y gestionados para ofrecer una amplia gama de servicios ecosistémicos» (Comisión Europea, 2013), y permiten implementar soluciones basadas en la naturaleza (NBS – *nature based solutions*) frente al cambio climático.



Figura 2. Espacios de identidad colectiva: Plaza de la Marina, Paseo del Parque y Puerto de Málaga. Fuente: Elaboración propia.



Figura 3. Contribución a la infraestructura verde y recursos ecosistémicos. del Englischer Garten, Múnich. Fuente: Elaboración propia.

2. Metodología

Esta investigación se realizó mediante un enfoque cualitativo basado en el análisis teórico-conceptual y la revisión crítica de la bibliografía académica relevante. La metodología buscó interpretar el papel del sistema de espacios libres en el desarrollo urbano desde una perspectiva integral, considerando sus dimensiones estructural, social y ambiental. Estas consideraciones llevaron a estructurar la comunicación en cinco epígrafes que pretendieron realizar una aproximación al sistema de espacios libres en un recorrido progresivo, que fue desde aspectos generales a consideraciones más específicas.

En primer lugar, se estableció un marco conceptual mediante la definición, caracterización y clasificación tipológica y funcional del sistema de espacios libres, construyendo así una base común para su análisis multidimensional. A continuación, el estudio abordó tres dimensiones: la estructural, sobre la organización del modelo urbano-territorial y la relación entre ciudad y naturaleza; la social, sobre el aporte de los espacios libres a la construcción del barrio, desde una perspectiva socioespacial hasta la de género para considerar la inclusión y equidad en su acceso y uso; y la ambiental, que analiza su funcionalidad ecológica como infraestructura verde, así como su papel en el metabolismo urbano (energía, agua y residuos). Por último, se integraron los hallazgos en una conclusión con criterios generales para diseñar barrios que permitan orientar la integración coherente del sistema de espacios libres en el entorno urbano.

3. Resultados

3.1. Definición, caracterización y clasificación tipológica y funcional

El sistema de espacios libres puede definirse como el conjunto de espacios de titularidad y uso público libres de edificación, abiertos, continuos y conectados destinados al descanso, ocio y recreo de la población. Está formado por espacios de tamaño y características variables según localización, frecuencia de uso y población. La sistematización tipológica no debe ser excluyente, sino una herramienta para comprender aspectos de diseño, como escalas, funciones y necesidad de conexión entre espacios.

Según Antoni Falcón (2007), los espacios libres pueden clasificarse por su forma, escala, localización y gestión. Esta clasificación distingue entre espacios lineales, puntuales y extensivos; entre espacios de proximidad,

urbanos y territoriales; según su inserción en distintos tipos de ciudad. A partir de esta clasificación general se proponen tres grandes grupos según su escala y función principal: los espacios de carácter metropolitano, que actúan como interfaz entre la ciudad y el medio rural; los espacios estructurantes a escala municipal, como parques urbanos y corredores verdes que organizan el tejido urbano y permiten conexiones entre zonas; y los espacios de proximidad a escala de barrio, cercanos a las viviendas y orientados al uso cotidiano, con un marcado carácter social. En esta comunicación se desarrollará el estudio pormenorizado del segundo y especialmente del tercer bloque.

Los espacios estructurantes incluyen grandes parques urbanos, corredores lineales y arterias viales. Los grandes parques urbanos, con más de una hectárea, funcionan como equipamiento social básico, con itinerarios accesibles y diversidad de usos, donde el agua desempeña un papel destacado también en el metabolismo urbano. Los parques y corredores lineales conectan barrios y zonas urbanas (Batlle, 2011), fomentan el ocio cotidiano y permiten desplazamientos no motorizados, con beneficios medioambientales y para la salud (Fariña Tojo *et al.* 2022). Aunque forman parte del sistema de movilidad general, las arterias viales también contribuyen a mejorar la calidad ambiental y la integración paisajística, conectando zonas de la ciudad. Para ello, es fundamental incorporar elementos verdes que minimicen el impacto del tráfico rodado, configurándose como «avenidas jardín» (Górgolas-Martín y Sainz-Gutiérrez, 2020).

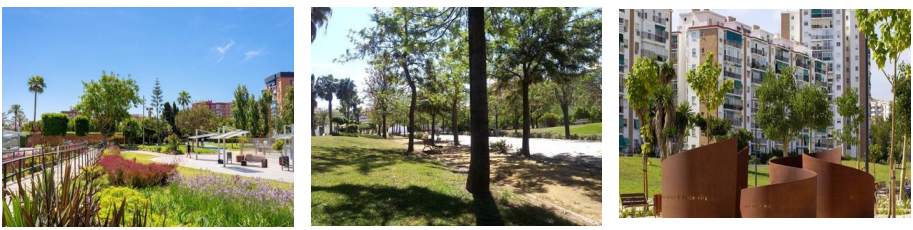


Figura 4. Parques del Oeste, de Huelin y de Martiricos, Málaga.
Fuente: Elaboración propia.

A escala de barrio, los espacios libres tienen un alto uso social e incluyen plazas, parques y zonas de proximidad. Las plazas, situadas en intersecciones, son centros de actividad social y cultural, puntos de encuentro y

expresión ciudadana, además de hitos urbanos que refuerzan la identidad barrial. Estas requieren entornos atractivos con mobiliario urbano, vegetación y agua. Junto a ellas, los parques de barrio, más reducidos y próximos a las viviendas, ofrecen espacios de recreo y encuentro, aportando beneficios similares a los grandes parques y mejorando la calidad de vida local. También existen otras áreas de proximidad, como jardines comunitarios o patios verdes, que favorecen el esparcimiento diario y la integración de la infancia, las personas mayores o personas con diversidad funcional, especialmente en entornos densamente poblados.



Figura 5. Espacios libres de diversa escala en el entorno del Polígono Alameda, Málaga. Fuente: Elaboración propia.

3.2. **Dimensión estructural**

En primer lugar, se evidencia que estos espacios actúan como elementos estructuradores del tejido urbano, conectando la ciudad con su entorno natural y facilitando la articulación de los diferentes usos del suelo y sectores habitacionales. La ordenación del espacio libre debe ser objetivo prioritario del proyecto urbano de barrio. Estos espacios no deben ser una simple suma de elementos aislados, sino una red continua e integrada que preceda a la edificación y contribuya a la cohesión comunitaria y a la movilidad urbana.

El sistema de espacios libres permite que el medio natural forme parte de la escena urbana cotidiana. Desde los años 60 se ha señalado la necesidad de mantener un contacto continuo con la naturaleza, por sus beneficios físicos e intelectuales (Riera Claville, 1969). Este sistema cumple un papel estratégico, al preservar entornos naturales y permitir la coexistencia entre ciudad y naturaleza, respetando morfologías y ciclos ecológicos. Esto requiere planificación continua, no intervenciones puntuales.

Un primer ejercicio clave es evaluar la aptitud del área para preservar sus condiciones naturales, identificando zonas adecuadas para integrarse en el sistema de espacios libres. Ignorar esto conduce a la pérdida de paisaje y patrimonio natural. Por otro lado, es importante que la planificación urbanística condicione la relación de la población con la naturaleza. La demanda creciente de espacios recreativos no debe limitarse solo a la simple generación de espacios libres en nuestras ciudades, sino entender su papel dentro de la estructura urbana. En definitiva, el barrio debe diseñarse con un modelo urbano donde la ciudad se transforme sin alterar los valores del territorio. Los espacios libres facilitan ese diálogo entre transformación urbana y esencia territorial.

3.3. **Dimensión social**

Desde un aspecto social, el sistema de espacios libres adquiere una relevancia desde la perspectiva socioespacial y de género. Su organización estructura la relación entre los fragmentos urbanos y aporta legibilidad al barrio. Su diseño debe responder a requerimientos socioespaciales según la interpretación ciudadana, y su valor reside en la programación de actividades adaptadas a necesidades físicas y mentales. Así, el número, la escala y la calidad de estos espacios son factores clave en la percepción del barrio.



Figura 6. Espacios de encuentro: Calle Larios, Plaza Jerónimo Cuervo y Calle Alcazabilla, Málaga. Fuente: Elaboración propia.

La presencia de espacios libres fomenta la interacción entre colectivos diversos, promueve la equidad entre edades, géneros y culturas, y favorece el desarrollo local, el empleo y la inversión en procesos de regeneración urbana (Caz-Enjuto, 2017). Estos espacios actúan como elementos unificadores e impulsan la integración frente a la segregación. También facilitan la interacción intergeneracional y el envejecimiento activo, dando lugar a «barrios amigos de las personas mayores». La comunidad se forma entre «seres auténticamente distintos» que conviven con respeto (Cacciari, 1997).

El sentido de pertenencia está vinculado a la calidad del espacio libre, cuya ausencia puede generar vandalismo (Panerai y Mangin, 2002). Estos espacios influyen en el equilibrio psicosomático, siendo esenciales en áreas densamente pobladas. Desde una perspectiva de género, las mujeres han sido clave en la creación de tejido social, reflejado en los espacios libres como lugares de convivencia (Román y Velázquez, 2008), donde se articula lo común (Rabotnikof, 2005). Las funciones del cuidado exigen atender la seguridad, la movilidad y la imagen urbana (Junta de Andalucía, 2018).

Esta perspectiva se contrapone a la tradición urbanística basada en la separación entre lo público y lo privado. Propone integrar ambas esferas desde una visión que articula la Ética de la Justicia y la Ética del Cuidado (Gilligan, 1985). Esta aproximación lleva también a analizar los espacios libres en términos de seguridad (Llop Pomares, 1996). La percepción de seguridad es esencial para el acceso igualitario (Hiria Kolektiboa, 2010; Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 2015). Aunque esta percepción no siempre coincida con datos objetivos (San Juan, 2012), tiene una relación directa con los conceptos de complejidad urbana y ciudad de proximidad (Ostos-Prieto *et al.*, 2021), y modelos como la «ciudad de los 15 minutos» (Moreno, 2023).

El uso de los espacios libres también está condicionado por los desplazamientos vinculados a roles de género, que pueden ser poligonales o pendulares (Ilárraz Rodríguez, 2006). Por ello, el sistema de espacios libres debe adaptarse para atender las necesidades diversas de la ciudadanía en sus movimientos cotidianos (Hamilton *et al.*, 2000). El reto es construir espacios sin género ni jerarquías entre lo público y lo privado, que valoren y visibilicen todas las experiencias y perspectivas ciudadanas (Muxí Martínez, 2018).



Figura 7. Acciones cotidianas: Centro de Arte Contemporáneo, Parque de Huelin y Plaza de la Misericordia, Málaga. Fuente: Elaboración propia.

3.4. **Dimensión ambiental**

El diseño de espacios libres debe promover los ecosistemas urbanos (Falcón, 2007) mediante la incorporación de vegetación, agua y fauna, que mejoran la calidad ambiental y mitigan el cambio climático. Estos espacios actúan como «pulmones verdes», ya que aportan oxígeno, fijan el CO_2 y filtran contaminantes del tráfico (Higueras-García y Ezquiaga-Domínguez, 2022), reduciendo el efecto de isla de calor (Susca *et al.,* 2011) y la demanda energética (Suárez Inclán, 2014). Además, previenen la erosión y filtran aguas pluviales, mejorando la calidad de los acuíferos, al tiempo que mantienen la biodiversidad urbana y permiten funciones ecosistémicas como la polinización y el control natural de plagas (Newman y Jennings, 2008). También amortiguan la contaminación acústica, creando entornos urbanos más habitables (Robles *et al.,* 2019).



Figura 8. Hábitas para insectos y pequeñas aves en el Linn Garden, Dublín.
Fuente: Elaboración propia.

El sistema de espacios libres contribuye así al equilibrio ecológico y al bienestar ciudadano, especialmente en áreas densamente urbanizadas. En este marco, el metabolismo urbano articula los flujos de energía, agua y residuos entre la ciudad y su entorno (Niño-Soto y Chávez-Martínez, 2020), distinguiendo entre un metabolismo lineal, basado en el consumo y eliminación de recursos, y uno circular, que busca cerrar ciclos mediante reutilización y eficiencia (Rogers, 2000; Kennedy *et al.,* 2007). Este enfoque promueve ciudades más sostenibles, en las que la forma urbana compacta y la proximidad funcional reducen la necesidad de transporte, y la energía puede gestionarse localmente mediante redes inteligentes y comunidades energéticas (Decker *et al*., 2000).

En cuanto al agua, el metabolismo urbano circular plantea estrategias que incrementen la permeabilidad del suelo y aprovechen mejor los recursos

hídricos, mediante técnicas como los Sistemas Urbanos de Drenaje Sostenible (SUDS), que imitan el ciclo natural del agua y mejoran su gestión (Tapiheroe, 2020). Asimismo, la gestión eficiente de residuos mediante la recogida neumática y estrategias comunitarias como talleres de reparación o bancos de intercambio, fortalece la economía circular en el ámbito del barrio (OECD, 2020). No obstante, estas transformaciones requieren una ciudadanía informada y corresponsable, lo cual es clave para lograr cambios sostenibles a largo plazo.

3.5. **Principios y criterios generales de diseño**

El diseño del sistema de espacios libres a escala de barrio debe regirse por principios generales que refuercen su papel en la sostenibilidad ambiental, social y económica, así como en la diversidad funcional y social, y en el fortalecimiento de la identidad, el sentido de pertenencia y la capacidad de apropiación de los habitantes. Estos principios son aplicables a diferentes escalas, ya sea el territorio, la ciudad o un fragmento urbano.

Es esencial concebir los espacios libres como un sistema coherente, no como piezas aisladas. Cada elemento debe tener un papel específico y relacionarse con el resto (Solà-Morales, 2004), generando beneficios ambientales, paisajísticos y sociales. Esta visión implica una red ambiental vertebrada y conectada con la infraestructura verde del territorio, alineada con los estándares urbanísticos. Para ello, el diseño debe actuar de forma integrada en los distintos niveles espaciales, articulando las matrices natural y urbana, e incorporando tanto espacios de transición entre áreas residenciales y su entorno, como elementos lineales que conecten el barrio con el conjunto urbano, fundamentales en términos de biodiversidad.

También es fundamental incorporar espacios de proximidad, áreas de recreo y aparcamiento cercanas a las viviendas, accesibles a menos de 300 metros. Estos espacios satisfacen necesidades diarias y promueven la participación de grupos diversos. La localización debe ser equilibrada para evitar zonas desabastecidas o marginales (López Candeira, 1999). La centralidad de estos espacios mejora la legibilidad urbana y favorece su apropiación por parte de los residentes.

Superficie	Distancia	Desplazamientos
> 1.000 m^2	< 300 m	a pie
> 5.000 m^2	< 750 m	a pie / bicicleta

Superficie	Distancia	Desplazamientos
> 1 ha	< 2 km	bicicleta / vehículo motorizado / transporte público
> 10 ha	< 4 km	vehículo motorizado / transporte público

Tabla 1. Superficie, distancia y tipo de desplazamiento de referencia del sistema de espacios libres. Fuente: Elaboración propia

Resulta clave aplicar un equilibrio entre pocos parques grandes, efectivos ambientalmente pero poco accesibles, y muchos espacios pequeños que atienden el ocio cotidiano, pero son limitados ecológicamente (Falcón, 2007). La distribución equilibrada de espacios diversos permite complementar funciones y consolidar un sistema verde urbano. Además, debe aplicarse el principio de multifuncionalidad. Cada espacio puede tener una función principal, como patrimonial, cultural, ecológica o de ocio, junto con usos complementarios que enriquezcan su atractivo.

4. Conclusiones

La investigación destaca la urgencia de revalorizar el sistema de espacios libres como infraestructura estratégica del proyecto urbano de barrio. Frente a la expansión descontrolada, la hegemonía del vehículo privado y la fragmentación socioespacial, estos espacios deben dejar de verse como elementos residuales y asumirse como claves para la sostenibilidad urbana. Desde el enfoque morfológico, deben concebirse como una red continua y jerarquizada que estructura la forma urbana, articula escalas e integra nuevos desarrollos. A escala de barrio, refuerzan la cohesión, la identidad y la legibilidad del tejido urbano.

En el plano funcional, los espacios libres cumplen roles recreativos, sociales, ecológicos y paisajísticos. Esta multifuncionalidad requiere una lógica sistémica que integre accesibilidad universal, diversidad de usos y adaptabilidad. Su dimensión ecológica, al actuar como soporte de infraestructura verde y base para soluciones basadas en la naturaleza (NBS), resulta imprescindible ante la emergencia climática.

A nivel socioespacial, los espacios libres son lugares de encuentro y construcción de ciudadanía, que promueven cohesión y equidad. Su diseño debe atender a criterios de proximidad y justicia espacial, garantizando el acceso equitativo a los recursos urbanos. Es necesario superar la dicotomía

entre espacio libre y construido, integrándolos en un único sistema urbano. Esto implica abandonar el enfoque normativo-minimalista en favor de una visión cualitativa, transversal y ecosistémica, con una aproximación multiescalar que conecte diseño urbano, metabolismo territorial y corresponsabilidad ciudadana. Revalorizar el sistema de espacios libres no es solo un reto técnico, sino una apuesta política y cultural por una ciudad más inclusiva, habitable y sostenible, donde el espacio público sea el centro de la vida colectiva y una expresión tangible del derecho a la ciudad.

5. Referencias

Batlle, E. (2011). ¿Central? ¿Urbano? ¿Ecológico? ¿Continuo? *Paisea*, *17*, 7-14. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4017023

Borja, J. (2011). Espacio público y derecho a la ciudad. *Viento Sur: Por una izquierda alternativa*, *116*, 39-48. https://cdn.vientosur.info/VScompletos/VS116_Borja_EspacioPublico.pdf

Cacciari, M. (1997). La invención del individuo. En C. M. Martini y M. Cacciari (Eds.), *Diálogo sobre la solidaridad*. Herder.

Caz-Enjuto, M. R. (2017). El papel de la vegetación en la mejora del entorno de los edificios en los procesos de regeneración urbana. *Urbano, 20*(35), 102-113. https://doi.org/10.22320/07183607.2017.20.35.08

Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2015). *Informe anual 2013-2014: El enfrentamiento de la violencia contra las mujeres en América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas.

Comisión Europea. (2013). *Green Infrastructure (GI): Enhancing Europe's Natural Capital*. https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX:52013DC0249

Decker, E. H., Elliott, S., Smith, F. A. y Blake, D. R. (2000). Energy and material flow through the urban ecosystem. *Annual Review of Environment and Resources*, *25*, 685-740. https://doi.org/10.1146/annurev.energy.25.1.685

Falcón, A. (2007). *Espacios verdes para una ciudad sostenible: Planificación, proyecto, mantenimiento y gestión*. Gustavo Gili.

Fariña Tojo, J., Higueras García, E., Román López, E. y Pozo Menéndez, E. (2022). *Guía para planificar ciudades saludables*. Ministerio de Sanidad.

Gilligan, C. (1985). *La moral y la teoría. Psicología del desarrollo femenino*. Fondo de Cultura Económica.

Górgolas, P. y Sainz Gutiérrez, V. (2020). *El proyecto urbano de escala intermedia. La redacción de las figuras del planeamiento de desarrollo*. Universidad de Cádiz y Colegio Oficial de Arquitectos de Cádiz.

Hamilton, K., Hoyle, S. R. y Jenkins, L. (2000). *Public transport gender audit evidence base*. Department for Transport.

Higueras-García, E. y Ezquiaga-Domínguez, J. M. (2022). Barrios saludables, desde la renovación y el diseño de su espa-

cio público. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales, 54*(M), 113-130. https://doi.org/10.37230/CyTET.2022.M22.5

Hiria Kolektiboa. (2010). *Manual de análisis urbano: Género y vida cotidiana*. Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

Ilárraz Rodríguez, I. (2006). Movilidad sostenible y equidad. En *XVI Congreso de Estudios Vascos* (pp. 337-342). Eusko Ikaskuntza.

Jacobs, J. (1973). *Muerte y vida de las grandes ciudades*. Editorial Península.

Junta de Andalucía. (2018). *Agenda Urbana de Andalucía 2030*. Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio.

Kennedy, C., Cuddihy, J. y Engel-Yan, J. (2007). The changing metabolism of cities. *Journal of Industrial Ecology, 11*(2), 43-59. https://doi.org/10.1162/jie.2007.1107

Llop Pomares, M. (1996). La ciudad para su uso: la diferencia. En C. Rubio Alférez & M. Ardid Gumiel (Eds.), *Mujer y Urbanismo: Una recreación del espacio* (pp. 23-30). Federación Española de Municipios y Provincias.

López Candeira, J. A. (1999). *Diseño urbano: Teoría y práctica*. Munilla-Leira.

López de Lucio, R. (2007). *Construir ciudad en la periferia: Criterios de diseño para áreas residenciales sostenibles*. Mairea Libros.

Lynch, K. (1959). *La imagen de la ciudad*. Editorial Infinito.

Moreno, C. (2023). *La revolución de la proximidad: De la ciudad-mundo a la ciudad de los quince minutos*. Alianza Ensayo.

Muxí Martínez, Z. (2018). *Mujeres, casas y ciudades*. Dpr-barcelona.

Navarro-de-Pablos, J., Navas-Carrillo, D., & Pérez-Cano, M.-T. (2021). Ciudad y lucha: la plaza como altavoz social. Parámetros urbanos y sociopolíticos en la ocupación del espacio público iberoamericano. *Revista EURE - Revista De Estudios Urbano Regionales, 47*(141). https://doi.org/10.7764/EURE.47.141.09

Niño-Soto, A. y Chávez-Martínez, S. (2020). Metabolismo urbano: Reflexiones sobre el crecimiento urbano y el consumo energético. *AUS [Arquitectura / Urbanismo / Sustentabilidad], (27)*, 80-85. https://doi.org/10.4206/aus.2020.n27-10

Newman, P., & Jennings, I. (2008). *Cities as sustainable ecosystems: Principles and practices*. Island Press.

OECD. (2020). *The circular economy in cities and regions*. Organisation for Economic Cooperation and Development. https://doi.org/10.1787/10ac6ae4-en

Ostos-Prieto, F. J., Navas-Carrillo, D. y Pérez-Cano, M. T. (2021). La ciudad inclusiva a través de las agendas urbanas. La perspectiva de género en el planeamiento urbanístico. En E. Bandrés Goldáraz (Ed.), *Estudios de género en tiempos de amenaza* (pp. 1062-1084). Dykinson.

Panerai, P. y Mangin, D. (2002). *Proyectar la ciudad*. Celeste.

Rabotnikof, N. (2005). *En busca de un lugar común: El espacio público en la teoría política contemporánea*. Universidad Nacional Autónoma de México.

Riera Claville, A. M. (1969). El espacio libre, factor determinante en el estudio de la infraestructura urbanística. En *La*

infraestructura del urbanismo (pp. 235-264). Editores Técnicos Asociados.

Robles, M. C., Martínez, C. F., & Boschi, C. (2019). Los espacios verdes como estrategia de mitigación de la contaminación sonora. Evaluación y análisis del parque O'Higgins de la ciudad de Mendoza, Argentina. *Revista Internacional de Contaminación Ambiental, 35*(4), 889-904. https://doi.org/10.20937/rica.2019.35.04.09

Rogers, R. (2000). *Ciudades para un pequeño planeta*. Gustavo Gili.

Román, M. y Velázquez, I. (2008). Planificar desde otra óptica. En M. Román y I. Velázquez (Eds.), *Guía de urbanismo con perspectiva de género* (pp. 45-58). Consejería de Política Social, Mujer e Inmigración.

San Juan, C. (2012). Estudio sobre mapas de la criminalidad y percepción de la inseguridad. En A. Mujika Munduate (Ed.), *Urbanismo inclusivo: Las calles tienen género* (pp. 33-40). Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

Solà-Morales, M. (2004). Contra el modelo de metrópolis universal. En J. Auriles (Ed.), *Las nuevas formas del turismo* (pp. 197-214). Instituto Cajamar.

Suárez-Inclán, L. M. (2014). *La ruina de la ciudad-negocio: Manual crítico para la búsqueda de una lógica medioambiental en la ciudad y sus edificios*. Universidad de Sevilla.

Susca, T., Gaffin, S. R. y Dell'Osso, G. R. (2011). Positive effects of vegetation: Urban heat island and green roofs. *Environmental Pollution, 159*(8-9), 2119-2129. https://doi.org/10.1016/j.envpol.2011.03.007

Tapiheroe, Y. A. (2020). *La gestión sostenible del agua como estrategia de regeneración urbana en clima mediterráneo. Aplicación a la ciudad de Sevilla, España* [Trabajo Fin de Máster, Universidad de Sevilla]. https://hdl.handle.net/11441/105859

ENTRE REFUGIO Y EXTRAÑAMIENTO: MITOLOGÍAS ÍNTIMAS EN LA INSTALACIÓN ARTÍSTICA

Lidón Ramos-Fabra
Carlos Pesqueira-Calvo
Universidad Francisco de Vitoria

1. Introducción

La casa ha sido históricamente comprendida como refugio: un espacio de seguridad, pertenencia e intimidad. Sin embargo, ciertas prácticas del arte contemporáneo han problematizado esta concepción, revelando cómo el ámbito doméstico puede tornarse lugar de desasosiego, ambivalencia o incluso amenaza. Este trabajo se propone analizar de qué modo determinadas instalaciones artísticas —en particular *Haus ur* de Gregor Schneider y *Cells (Eyes and Mirrors)* de Louise Bourgeois— transforman el espacio doméstico en una geografía simbólica del extrañamiento, activando mitologías íntimas que remiten al inconsciente, el trauma y la experiencia de lo siniestro.

Desde un enfoque interdisciplinar que combina la estética, la filosofía y el psicoanálisis, se parte del pensamiento de Ana Carrasco Conde, quien advierte que la casa, en tanto construcción cultural e imaginaria, puede devenir espacio de inquietud profunda. Asimismo, se considerará la noción freudiana de lo *unheimlich* como clave de lectura para entender cómo lo familiar puede volverse ominoso. Ambas perspectivas permitirán pensar el habitar como un acto afectivo y simbólico que puede ser distorsionado o fracturado por medio de estrategias artísticas específicas.

La hipótesis que guía esta investigación es que estas obras no solo representan, sino que activan, mediante dispositivos espaciales, experiencias de desorientación y enfrentamiento con lo oculto, tanto en términos personales como culturales. En este contexto, el mito del laberinto y la figura del Minotauro se incorporan como arquetipos interpretativos: estructuras

narrativas que permiten leer estas instalaciones como recorridos interiores de búsqueda, pérdida y confrontación con lo reprimido. La instalación artística aparece, así como un medio privilegiado para reinscribir, deconstruir y revelar las tensiones latentes del espacio doméstico, abriendo paso a una mitología contemporánea del hogar.

2. Metodología

Esta investigación adopta una metodología cualitativa y analítica, basada en el estudio de caso comparativo y la interpretación simbólica de obras de arte contemporáneo. Se seleccionan dos instalaciones paradigmáticas —*Haus ur* de Gregor Schneider y *Cells (Eyes and Mirrors)* de Louise Bourgeois— por su capacidad para problematizar el espacio doméstico desde una dimensión estética, afectiva y psicológica. El análisis se estructura a partir de una lectura hermenéutica, que considera tanto los elementos formales de las obras como sus implicaciones simbólicas, narrativas y emocionales.

El marco teórico se nutre de los aportes del psicoanálisis freudiano (con especial énfasis en la noción de lo siniestro), de la filosofía contemporánea (particularmente Ana Carrasco Conde) y de referencias a la mitología clásica (con especial atención al mito del laberinto y la figura del Minotauro). Asimismo, se recurre a estudios críticos sobre arte y espacio doméstico, integrando fuentes primarias (entrevistas, escritos de los artistas) y secundarias (literatura académica especializada). «La instalación artística instaura una modalidad que no organiza una obra, sino la potencialidad de esta como paradigma propio, y cada una es, per se, un género nuevo» (García-Jiménez, 2022, p. 31).

El objetivo no es validar hipótesis mediante verificación empírica, sino producir un marco interpretativo coherente que permita comprender cómo estas obras activan experiencias de extrañamiento y reconfiguran simbólicamente el habitar. Se prioriza, por tanto, una aproximación interpretativa que articula análisis visual, lectura simbólica y contextualización teórica, con el fin de establecer conexiones significativas entre las instalaciones estudiadas, los relatos míticos y las estructuras afectivas que configuran la experiencia del hogar.

3. Desarrollo del escrito

La casa, como constructo simbólico, ha sido ampliamente abordada desde la filosofía, el psicoanálisis, la antropología y los estudios culturales. Más allá de su dimensión funcional o arquitectónica, el hogar se configura

como un espacio de memoria, afecto e identidad, pero también de contradicción, represión y conflicto. Esta ambivalencia se hace especialmente visible en las prácticas artísticas contemporáneas que exploran el habitar desde una óptica introspectiva y crítica.

Desde la teoría freudiana, el concepto de *unheimlich* (lo siniestro) designa aquello que, siendo íntimo y familiar, se torna extraño e inquietante al emerger lo reprimido (Freud, 1919/2003). Este retorno de lo oculto genera una ruptura en la percepción de seguridad y estabilidad asociada tradicionalmente al hogar. En ese sentido, la casa deja de ser refugio y se convierte en escenario de amenaza simbólica.

Ana Carrasco Conde desarrolla esta línea de pensamiento al subrayar que la casa puede ser «el lugar donde irrumpe el terror» cuando lo invisible se manifiesta desde dentro, desplazando toda certidumbre (Carrasco Conde en Serrano & Castilla, 2017, p. 98). Esta visión plantea el hogar como un umbral entre la interioridad protegida y lo desconocido, una frontera que el arte contemporáneo explora y desestabiliza.

Además, el pensamiento junguiano sobre los arquetipos aporta claves valiosas para entender la presencia del mito en estas representaciones. El laberinto, como figura arquetípica, simboliza tanto la búsqueda del yo profundo como el enfrentamiento con el monstruo interior. En el ámbito de la instalación artística, este motivo permite articular un recorrido psíquico y simbólico dentro del espacio expositivo, transformando la experiencia estética en viaje iniciático.

Autores como Serrano y Castilla (2017) han señalado cómo el arte actual retoma la sensibilidad del romanticismo oscuro, desplazando la mirada hacia lo extraño en lo cotidiano, lo fantástico en lo doméstico, y lo mítico en lo íntimo. Esta estética no busca representar lo evidente, sino activar una experiencia de dislocación perceptiva y emocional en el espectador.

Las obras de Gregor Schneider y Louise Bourgeois se insertan en esta tradición de desestabilización simbólica del hogar. Desde diferentes estrategias formales —la intervención arquitectónica en un caso, la acumulación de objetos simbólicos en otro— ambas prácticas construyen una «mitología íntima» donde lo familiar se revela como espacio en tensión constante. A través de este marco teórico se justifica la elección de los casos de estudio y se fundamenta su análisis en las secciones siguientes.

La resignificación del espacio doméstico no es exclusiva de Gregor Schneider y Louise Bourgeois. A lo largo de las últimas décadas, numerosos artistas

han explorado el hogar como espacio de conflicto, memoria y desplazamiento. El caso del artista surcoreano Do Ho Suh resulta paradigmático: sus instalaciones recrean en tejidos translúcidos las viviendas en las que ha habitado, revelando una experiencia migrante del hogar como algo inestable, frágil y móvil. Suh permite «ver a través» de las paredes, literal y simbólicamente, desdibujando los límites entre lo privado y lo público, lo propio y lo ajeno.

Desde una aproximación fenomenológica, Schneider vacía el espacio de sus condiciones de posibilidad habituales: se elimina el confort, se invierte la lógica funcional, y se instala una ambigüedad ontológica que convierte lo doméstico en una trampa perceptiva. Este tipo de experiencia se alinea con la fenomenología de lo siniestro como alteración radical del mundo de la vida (Lebenswelt).

Otra figura relevante es Chiharu Shiota, cuya obra entrelaza hilos rojos o negros en estructuras domésticas como camas, sillas o puertas, evocando redes de memoria, pérdida y conexión. En ambas prácticas, el hogar no se representa como un escenario estático, sino como un campo dinámico donde se materializan afectos, recuerdos y tensiones identitarias. Estas aproximaciones sitúan el arte instalativo como un medio particularmente fértil para pensar el habitar desde lo emocional, lo simbólico y lo biográfico.

4. La instalación como dispositivo crítico

La elección metodológica de trabajar con estudios de caso —en este caso, *Haus ur* y *Cells (Eyes and Mirrors)*— no solo responde a su relevancia simbólica, sino también a su capacidad para encarnar físicamente conceptos abstractos como lo siniestro, la repetición, el trauma o el mito. La instalación artística no es solo un objeto de análisis visual: es también una experiencia encarnada que implica al espectador en su recorrido.

Desde una perspectiva fenomenológica, el análisis de estas obras se orienta a comprender cómo se construye sentido a partir de la interacción corporal y afectiva con el espacio. Esta dimensión experiencial transforma al espectador en habitante temporal, cuya percepción y emocionalidad son activadas por los elementos espaciales, materiales y simbólicos del montaje. Por ello, la aproximación metodológica integra no solo análisis formal y simbólico, sino también una lectura atenta a la dimensión performativa de la obra: ¿qué exige del cuerpo que la recorre? ¿qué emociones convoca? ¿qué memorias despierta?

Así, el enfoque hermenéutico se enriquece con herramientas de la estética relacional, la teoría del dispositivo y la antropología del espacio. Esta combinación permite observar cómo la instalación despliega no solo significados, sino condiciones materiales y simbólicas para el pensamiento, generando una forma de conocimiento que se produce en el acto mismo de habitar la obra.

4.1. **El hogar como espacio simbólico: entre intimidad y amenaza**

Históricamente, la casa ha sido entendida como el último refugio, una extensión física de la intimidad subjetiva. Sin embargo, el arte contemporáneo ha problematizado esta noción al visibilizar su potencial ambivalente. Ana Carrasco Conde sostiene que el hogar puede volverse «el escenario del terror» cuando la oscuridad se hace espacio dentro de lo familiar (Carrasco Conde en Serrano & Castilla, 2017, p. 98). El arte de instalación permite explorar esta ambivalencia, materializando lo simbólico y desestabilizando el espacio de lo conocido.

4.2. **Lo siniestro y el retorno de lo reprimido**

Sigmund Freud (1919/2003) definió lo siniestro (*unheimlich*) como aquello que, siendo familiar, se vuelve extraño por la irrupción de lo reprimido. En el contexto doméstico, esta irrupción no proviene de fuerzas externas, sino del retorno de lo oculto, de lo que debía permanecer secreto. Este concepto sirve de anclaje teórico para analizar cómo ciertas obras contemporáneas convierten el hogar en un escenario de inquietud, más que de confort.

Santamaría Blasco (2020) retoma los cuatro vectores fundamentales de lo siniestro en Freud —la vida en lo inanimado, el retorno de lo reprimido, la mutilación corporal y la figura del doble— para evidenciar su eficacia como herramienta crítica. Todos estos elementos aparecen, de forma literal o simbólica, tanto en las instalaciones de Bourgeois como en *Haus ur*, donde los espejos, duplicaciones, amputaciones espaciales y repeticiones generan una experiencia perturbadora que interpela al cuerpo y a la memoria.

4.2.1. ***Haus ur: arquitectura del encierro***

En *Haus ur* (1985), Gregor Schneider reconstruye y manipula su casa natal en Rheydt, Alemania, generando un entorno repetitivo, cerrado y laberíntico. El espectador se encuentra con habitaciones duplicadas, puertas sin

salida y espacios sellados que niegan toda orientación lógica. La casa pierde su función de refugio y se transforma en una entidad viva, amenazante, que recuerda a las casas encantadas del cine o a estructuras mentales cerradas. Esta espacialidad encarna lo que Carrasco Conde describe como la «oscuridad que interrumpe nuestro espacio lógico de seguridad» (2017, p. 98).

En palabras de Elke Backes (2006), «lo que parece una habitación corriente es una copia en escala 1:1 construida en su interior» (p. 6). Esta estrategia genera una percepción doblemente inquietante: no se trata de un espacio deteriorado, sino de una ilusión perfecta del hogar, reproducida y sellada, que encierra al visitante en un bucle de simulación y clausura.

4.2.2. *Cells (Eyes and Mirrors): intimidad fragmentada*

Louise Bourgeois, por su parte, configura en su serie *Cells* (1989-1993) una colección de celdas cerradas que albergan objetos íntimos, espejos, figuras corporales fragmentadas y materiales afectivos. Estas instalaciones evocan espacios personales donde el cuerpo, la memoria y la identidad se entrelazan. Lo que parece privado se convierte en exhibición, pero desde la distancia. La experiencia del espectador no es de acceso, sino de intrusión.

5. Análisis visual de las instalaciones

Haus ur se presenta como una intervención radical en la arquitectura residencial, pero bajo una estética del desapego visual. Desde fuera, la casa parece común; sin embargo, en su interior, cada habitación ha sido desmontada y reconstruida dentro de sí misma, generando capas y duplicaciones. El visitante encuentra puertas que no llevan a ninguna parte, techos que se cierran sobre sí mismos y muros sellados que impiden cualquier acceso a la luz natural. Las paredes están revestidas de materiales absorbentes del sonido, anulando la reverberación habitual del espacio doméstico. La oscuridad y el silencio generan una sensación de amenaza latente. Esta estrategia visual no busca la espectacularidad, sino el efecto psíquico de la desorientación. La neutralidad visual es, en realidad, una trampa emocional.

«La casa de Schneider se convierte en el lugar donde la memoria traumática no se representa, sino que se estructura en la espacialidad misma como forclusión» (Gómez Oliver, 2017, p. 74). En contraste, *Cells (Eyes and Mirrors)* de Bourgeois está llena de gestos materiales íntimos. Las estructuras metálicas en forma de celda encierran elementos simbólicos: espejos

ovalados, restos de muebles, prótesis de cuerpos, textiles, objetos antiguos. La disposición dentro del espacio sugiere una narrativa no lineal, fragmentada. El espejo no solo devuelve la imagen del espectador, sino que la distorsiona y multiplica. Los colores son sobrios pero cálidos —ocre, azul pálido, madera envejecida—, lo que refuerza la impresión de haber entrado en una memoria materializada. Cada *Cell* es una cápsula afectiva cerrada, visible pero inaccesible, que expone lo privado sin permitir su apropiación.

Ambas instalaciones comparten el uso del espacio cerrado como estrategia visual y simbólica. En ***Haus ur***, lo visual es negado como forma de control; en ***Cells***, es hiperexpuesto como forma de confrontación. En ambos casos, la visualidad está al servicio del extrañamiento, desplazando al espectador del lugar de comodidad hacia uno de incomodidad reflexiva.



Figura 1. Vista interior de *Haus ur* (Gregor Schneider) Habitación intervenida con puertas funcionales pero sin salida real, persianas cerradas y simetría visual perturbadora. La imagen inferior muestra una versión duplicada de la habitación original, con leve variación en los materiales y color del suelo, reforzando el efecto de repetición y extrañamiento. Fuente: Gregor Schneider, *Haus ur*. Recuperado de https://www.elkebackes-artdialog.com/gregor-schneider/?lang=en, consultado el 16 de junio de 2025.



Figura 2. Vista de Cells (Eyes and Mirrors) (Louise Bourgeois) Estructura metálica en forma de celda que contiene espejos ovalados, objetos personales y fragmentos corporales. La mirada del espectador es reflejada y fragmentada, generando una sensación de intrusión afectiva. Fuente: Louise Bourgeois, Cells (Eyes and Mirrors). Recuperado de https://lavidainfinita.com/2022/03/29/arte-y-literatura-celda-ojos-y-espejos-louise-bourgeois-siri-hustvedt/, consultado el 16 de junio de 2025.

6. El laberinto como figura arquetípica

Tanto Bourgeois como Schneider hacen uso simbólico del laberinto. En el caso de *Haus ur*, la estructura arquitectónica evoca directamente el mito del Minotauro y el laberinto de Dédalo: no hay centro, no hay salida, y la amenaza es difusa pero latente. En Bourgeois, el laberinto es emocional y fragmentario; cada celda funciona como una estación de una peregrinación interior. En ambos casos, el espectador es conducido a un viaje de confrontación con lo reprimido, actuando como un Teseo sin hilo de Ariadna.

Como señala León-Río (s.f.), muchos relatos míticos contemporáneos reelaboran la idea de la **caída** como ruptura del orden simbólico, irrupción del caos y pérdida del centro. Esta caída no es siempre literal, sino ontológica: una fractura en la continuidad de lo vivido, un colapso de sentido que convierte el espacio en amenaza. En el contexto de las instalaciones de Bourgeois y Schneider, esta figura se manifiesta no como mito narrado, sino como **estructura espacial vivida**: el visitante desciende simbólicamente a una zona donde el hogar, lo íntimo y lo corporal han perdido toda referencia protectora. La caída ya no lleva al inframundo, sino al interior disgregado del sujeto.

Así entendido, el **laberinto no solo remite a Dédalo y el Minotauro**, sino a un modelo más amplio de «mundo roto», donde el arte reconfigura mitos antiguos a través de materiales, espacios y experiencias. Esta transformación convierte al espectador en una suerte de peregrino contemporáneo, enfrentado no al castigo divino sino a los residuos emocionales del yo (León-Río, s.f.).

7. Lo íntimo como monstruoso

Estas instalaciones trastocan la relación tradicional entre lo íntimo y lo seguro. En lugar de presentar lo doméstico como espacio de contención, lo revelan como fuente de disrupción. Carrasco Conde afirma que «el hogar se ha tornado extraño, y las cosas familiares muestran una cara desconocida» (2017, p. 102). Lo monstruoso no se encuentra fuera, sino en el seno de lo propio: en el recuerdo, en el cuerpo, en el miedo. El monstruo no es el otro, sino lo que uno no desea ver de sí mismo.

> «Lo siniestro se da cuando ciertos complejos reprimidos se reaniman por una impresión exterior. Se repite algo familiar, pero se olvida su censura, con lo que el sujeto choca frontalmente con una realidad reprimida» (Castillo Herrera, 2017, p. 3).

8. Instalación y experiencia: del espectador al habitante

A diferencia de otros formatos artísticos, la instalación no representa: encarna. No se contempla desde fuera, se habita simbólicamente. En estas obras, el espectador se convierte en habitante de una experiencia que no busca respuestas, sino desestabilización. Tanto *Haus ur* como las *Cells* construyen

una narrativa sin palabras, donde el desplazamiento físico se acompaña de un desplazamiento psíquico. Tal como plantea Cordero (2021), *Haus ur* no solo desarticula el espacio doméstico en términos arquitectónicos, sino que activa un proceso fenomenológico donde el visitante se ve obligado a «volver sobre sí» y cuestionar el uso, la orientación y el sentido del habitar. Lo cotidiano es suspendido; lo funcional pierde su propósito. Esta «retirada» del mundo habitual no conduce al vacío, sino a una reconstrucción existencial donde el sujeto queda expuesto a su propia inestabilidad simbólica (p. 273). «La instalación, al demandar un recorrido espacio-temporal, obliga al espectador a una participación activa de mirada espacial, instaurando narrativas que inducen reflexiones sistemáticas y fructíferas» (García-Jiménez, 2022, p. 27).

9. Resonancias contemporáneas: mitología y trauma

En ambos casos, el hogar se convierte en escenario de una mitología íntima. Como indica Serrano (2017), estas prácticas artísticas «reformulan el espacio habitual para explorar el alma humana» (p. 53). El trauma se hace arquitectura, el inconsciente se despliega como geografía. Esta transformación articula una visión crítica del habitar contemporáneo, donde el hogar ya no es símbolo de pertenencia, sino de incertidumbre y memoria fracturada.

10. Discusión

Los resultados analizados permiten desarrollar una reflexión más amplia sobre los procesos de resignificación del hogar en el arte contemporáneo. Las obras de Gregor Schneider y Louise Bourgeois revelan que la casa, lejos de ser un espacio neutral o meramente funcional, es un territorio simbólico que puede alojar experiencias de ambivalencia afectiva, trauma y desarraigo. Esta visión crítica del habitar encuentra una potente resonancia en la propuesta filosófica de Ana Carrasco Conde, quien plantea que «la inseguridad y la angustia serán lo más certero» cuando lo siniestro irrumpe en el ámbito doméstico (Carrasco Conde en Serrano & Castilla, 2017, p. 98).

La transformación del hogar en un escenario inquietante no es exclusiva del arte visual: atraviesa también otras manifestaciones culturales como el cine y la literatura, donde la casa encantada o el espacio cerrado son metáforas del inconsciente. En esta línea, la novela *House of Leaves* de Danielewski (2000) comparte con *Haus ur* la lógica espacial imposible y la vivencia del espacio como organismo cambiante. Ambos dispositivos narrativos y

espaciales desafían la lógica euclidiana para sumergir al espectador en una experiencia laberíntica, donde la amenaza no proviene del exterior, sino de la propia estructura.

A la luz de estas lecturas (Backes, 2006; Cordero, 2021), *Haus ur* puede entenderse como una arquitectura del descentramiento: más que representar lo siniestro, lo encarna mediante la eliminación radical de signos familiares. No hay domesticidad posible en la repetición cerrada. Lo siniestro se manifiesta no solo en lo visual, sino en la propia estructura del espacio como negación del habitar funcional.

Como subraya el análisis de «Haus ur» desde la perspectiva de la forclusión (Schneider, s.f.), el espectador no puede inscribir su experiencia en un marco simbólico tradicional del habitar. Esta pérdida de codificación espacial da lugar a una vivencia radical de lo extraño, en la que el lugar no solo desorienta, sino que expulsa al sujeto de cualquier posibilidad de sentido estable. Esta arquitectura sin centro ni referencia visible remite, inevitablemente, al arquetipo del laberinto como figura simbólica del descentramiento psíquico y espacial.

La referencia al laberinto como arquetipo resulta particularmente fecunda. Según Freud (1919/2003), lo siniestro se activa cuando aquello que debía permanecer oculto se revela en el interior de lo familiar. El laberinto en estas obras no es sólo una forma arquitectónica o psicológica, sino una figura simbólica que organiza la experiencia del espectador. Tanto Bourgeois como Schneider asumen el rol de Dédalo: diseñan estructuras que encierran y desorientan, pero también que obligan a una confrontación con lo reprimido.

A pesar de las diferencias entre ambas propuestas —una centrada en el objeto íntimo, la otra en la arquitectura invasiva—, coinciden en desdibujar los límites entre el espacio físico y el espacio mental. La casa no es ya refugio sino extensión del cuerpo y de la memoria: en Bourgeois, el hogar se confunde con el cuerpo femenino fragmentado; en Schneider, la repetición espacial evoca compulsión, encierro y lo informe.

En última instancia, estas instalaciones no sólo muestran una crisis de lo doméstico, sino también una reconfiguración del arte como medio para habitar críticamente lo cotidiano. El espectador no es un observador pasivo, sino un habitante simbólico de estas construcciones, cuya experiencia —desorientadora, perturbadora o íntima— activa un pensamiento que se sitúa entre la emoción, la memoria y la mitología.

11. Conclusiones

El análisis de las instalaciones *Haus ur* de Gregor Schneider y *Cells (Eyes and Mirrors)* de Louise Bourgeois ha permitido explorar cómo el arte contemporáneo puede desmantelar la imagen idealizada del hogar como refugio. Ambas propuestas revelan que el espacio doméstico es también escenario de conflicto, memoria y extrañamiento, susceptible de transformarse en un lugar de lo siniestro, según la noción freudiana.

Tal como argumenta la lectura distópica de *Haus ur* (2022), Schneider ensaya una ficción del presente donde la arquitectura se convierte en una entidad viva, que absorbe al sujeto en una lógica carcelaria sin guardias, sin salidas y sin narración. Se trata de una distopía íntima donde el encierro no es político, sino existencial.

Las obras estudiadas emplean estrategias distintas —una desde la monumentalidad arquitectónica, otra desde la intimidad del objeto— pero convergen en la activación simbólica de lo reprimido. La casa se convierte así en un espacio cargado de tensiones afectivas, donde lo familiar puede mutar en inquietante. Esta mutación, como ha argumentado Carrasco Conde, no responde a una amenaza externa, sino a la emergencia de lo oculto desde lo propio.

Además, el uso del arquetipo del laberinto en ambas obras permite articular un recorrido interpretativo que sitúa al espectador no como testigo, sino como partícipe de una experiencia liminar. La instalación artística se configura como un dispositivo que no solo representa, sino que encarna la vivencia del habitar trastocado: habitar un cuerpo, un recuerdo, una estructura en ruinas.

En este sentido, estas obras no solo problematizan el espacio doméstico, sino que invitan a pensar el arte como un medio de confrontación con el inconsciente individual y colectivo. Lejos de ofrecer certezas, proponen preguntas: ¿Qué significa habitar? ¿Qué monstruos habitan nuestras casas? ¿Qué memoria materializa el espacio que habitamos?

Desde esta perspectiva, puede afirmarse que tanto Bourgeois como Schneider proponen una mitología contemporánea del hogar, donde lo íntimo se convierte en escenario de lo simbólico, lo afectivo y lo inquietante. Sus instalaciones no buscan representar la casa, sino activar una experiencia de habitar más compleja, más crítica y, quizá, más humana.

Este capítulo propone una relectura simbólica y crítica del espacio doméstico en el arte contemporáneo, a través del análisis comparado de dos

obras paradigmáticas. Al desestabilizar la imagen del hogar como refugio, tanto *Haus ur* como *Cells (Eyes and Mirrors)* revelan su dimensión ambivalente y, en muchos casos, inquietante. Se ofrece así una contribución original al campo de estudio del arte y la estética desde tres perspectivas fundamentales:

a. **Una nueva lectura de lo doméstico**, como espacio simbólicamente cargado de tensiones afectivas, sociales y psicológicas, en lugar de simplemente funcional o protector.
b. **Una lectura del habitar en clave de instalación**, donde el espacio ya no es fondo pasivo, sino dispositivo activo que genera experiencia estética, corporal y emocional.
c. **Una relectura contemporánea del mito**, particularmente del laberinto y el monstruo interior, desde la práctica artística, donde el espectador es convocado a un viaje simbólico más que a una contemplación distanciada.

12. Referencias

Backes, E. (2006). *Gregor Schneider. Folio 051*. Folio/Institut für Auslandsbeziehungen. https://www.elkebackes-artdialog.com/gregor-schneider/?lang=en

Bourgeois, L. (2002). *La destrucción del padre: reconstrucción del padre. Escritos y entrevistas, 1923-1997*. Madrid: Siruela.

Carrasco Conde, A. (2017). En V. Serrano & A. Castilla (Eds.), *La filosofía, el terror y lo siniestro* (pp. 97-107). Madrid: Plaza y Valdés.

Castillo Herrera, M. del C. (2017). La intimidad rota. Lo siniestro en la obra *Bidibidobidiboo* de Maurizio Cattelan. *Árbol de Alejandría: Revista de crítica y cultura*, (7), 1-7. https://doi.org/10.5281/zenodo.1137703

Cordero, P. (2021). La desarticulación de lo habitual. Consideraciones fenomenológicas sobre el espacio a partir de la intervención arquitectónica *Haus ur* de Gregor Schneider. *Alpha*, 44(2), 265-273. https://doi.org/10.32735/S0718-2201202100026733

Danielewski, M. Z. (2000). *House of Leaves*. New York: Pantheon Books.

De la Torre, L. (2022). La ficción distópica de Gregor Schneider: estética de la reclusión y desarticulación de la domesticidad. *Estudios Visuales*, 19, 117-135. https://doi.org/10.7203/estvis.19.23578

Freud, S. (2003). *Lo siniestro* (J. L. Etcheverry, Trad.). Buenos Aires: Amorrortu. (Trabajo original publicado en 1919).

García-Jiménez, M. del M. (2022). El arte como forma de conocimiento: revisión del concepto de instalación en la contemporaneidad. *Arteterapia: Papeles de Arteterapia y Educación Artística para la*

Inclusión Social, 17, 25-35. https://doi.org/10.5209/arte.80637

Gómez Oliver, M. (2017). La memoria del lugar: lo extraño y la forclusión en Gregor Schneider. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación*, (69), 67-76. https://doi.org/10.18682/cdc.vi69.2687

León-Río, B. (s.f.). El arte y los mitos de la caída a través de las artistas contemporáneas. https://revistas.uva.es/index.php/bsaa/article/view/7332

Muñoz, L., & Shiota, C. (entrevistadas en García-Jiménez, M. del M., 2022). El arte como forma de conocimiento: revisión del concepto de instalación en la contemporaneidad. *Arteterapia*, 17, 25-35.

Santamaría Blasco, A. (2020). Intertextualidades siniestras entre la literatura y el cine: un estudio hermenéutico de *La habitación del niño* de Álex de la Iglesia. *Pasavento. Revista de Estudios Hispánicos*, 8(2), 152-181. https://doi.org/10.1344/Pasavento2020.8.2.6

Serrano, V., & Castilla, A. (Eds.). (2017). *La filosofía, el terror y lo siniestro*. Madrid: Plaza y Valdés.

WHAT DRIVES GENERATION Z IN THEIR PURCHASING DECISIONS?

María Luisa Fanjul Fernández
Francisco José Pradana Pérez
José Jesús Vargas Delgado
Universidad Europea de Madrid

1. Introduction

Generation Z, made up of young people born between 1995 and 2010, is considered the first generation composed of true digital natives (Francis and Hoefel, 2018; Gómez de Travesedo and Gil-Ramírez, 2020). In this sense, their relationship with consumption is profoundly determined by the intensive use of the Internet, the influence of digital platforms (Díaz-Lucena and Vicente-Fernández, 2023) and hyperconnectivity (McKinsey and Company, 2024). These defining features have led to the emergence of a new communication paradigm (López and Gómez, 2021) aimed at understanding their motivations, in order to capture their attention (Rodríguez-Terceño, 2021) and respond to their specific demands (Prabowo *et al.*, 2023).

More specifically, authors such as Passport (2018) and Martín Critikián *et al.,* (2022) affirm that Generation Z lives immersed in a dynamic characterised by immediacy and authenticity (Kay *et al.,* 2020; Bhalla *et al.,* 2021; Forbes, 2024) which, unlike previous generations, redefines their bond with brands which, moreover, is no longer mediated solely by traditional advertising (Nogueira *et al.,* 2024; Pradana, 2023), but by a complex combination of emotional narratives, social validations and participatory experiences (Jones, 2025).

In line with the above, recent studies highlight that personalisation and value consistency are central factors for this generation (Fromm and Read, 2018). Consumption can no longer be understood as a simple economic

transaction, but as a cultural and symbolic practice that articulates identity, belonging and personal expression (Seemiller and Grace, 2019) and allows them to express their individuality at through what they choose to purchase (Esquivel-Cardoso *et al.*, 2025). In turn, omnichannel, understood as the fluidity between physical and digital spaces, adds a layer of complexity that requires analysis from interdisciplinary and integrated perspectives (Kotler, 2022), as it affects expectations of consistency, personalisation and consumer experience across multiple touchpoints.

In this context, research related to the consumption of Generation Z has undergone a remarkable evolution in the last decade. Thus, authors such as Priporas *et al.* (2017) highlight the expectations of young consumers in *smart retailing* environments, underlining how digital interactions influence their relationship with brands and purchasing processes (Sacaluga, Vargas and Pérez, 2022). For his part, Turner (2015) explores the role of social platforms as key mediators in the construction of meaning and sense of identity, highlighting the impact of technology in shaping the social interest of this generation. Batat (2022) analyses experiential marketing and the importance of immersive experiences in the identity and emotional construction of youth consumption, providing nuances that enrich the understanding of the phenomenon. These approaches suggest that the purchasing decisions of Generation Z respond to a multidimensional web of emotional, social, cultural and pragmatic factors that defy traditional unidimensional models of analysis.

In view of the above, the purpose of this research paper is to offer a detailed analysis of the consumption patterns of Generation Z, using the data and findings of the 1st Generation Z Observatory Report (Fanjul, Pradana and Vargas, 2025) as a basis.

Based on this empirical corpus, the article proposes a critical interpretation that connects the results obtained in the report with the most current debates. It also proposes enriching the discussion through the formulation of business strategies that are better adapted to the particularities of this generation and that allow new lines of research to be established in the field of marketing and, more specifically, digital communication.

Thus, the general objective of the research would be defined by the study of the consumer habits of Generation Z and the elements that condition their purchasing decisions, taking into account their emotional motivations, pragmatic criteria, perceptions of value and expectations towards brands.

The specific objectives are specified as follows:

- Examine the emotional and rational motivations that drive the purchasing decisions of Generation Z.
- To analyse the role of social networks as spaces of discovery, validation and identity construction in the process of consumption.
- To explore the perception and relative weight of values such as sustainability and animal welfare in their purchasing preferences.
- Delve deeper into the strategic implications of these consumption patterns for brands.

2. Methodology

The study is based on the findings of the 1st Generation Z Observatory Report. This report adopted a mixed methodological design (Creswell and Plano Clark, 2017), combining quantitative and qualitative approaches, articulated through a triangulation strategy. This methodological approach, widely validated in the field of social sciences (Johnson *et. al,* 2007), ensures a comprehensive understanding of the phenomena studied.

The quantitative phase consisted of an online survey addressed to a sample of 382 people born between 1995 and 2010, living in Spain. The questionnaire explored key variables such as purchase motivations, consumption habits, use of social networks, brand perception, importance attributed to sustainability and omnichannel dynamics. The data obtained were processed through descriptive statistical analysis, allowing us to identify predominant trends and patterns within the generational group analysed.

The qualitative phase was developed through a focus group composed of 22 young people aged between 18 and 23. This approach made it possible to capture perceptions, attitudes, opinions and experiences that enriched the interpretation of the quantitative data. The testimonies were subjected to a process of coding and thematic analysis, identifying emerging dimensions of relevance to the object of study.

Considering the above, it is important to highlight that the present research does not reproduce or execute the original methodological procedures, but relies on the robustness and rigour of the published results, aligning itself with the principles of secondary data analysis (Johnston, 2014), which recognised the value of generating new interpretations from pre-existing datasets, maximising their academic and social contribution.

3. Results

The results reveal that Generation Z's main motivation when consuming is the search for personal satisfaction (61.8%), associated with emotional well-being, self-expression and symbolic reward. This finding coincides with the testimonies collected in the focus groups, where participants expressed that shopping is not only about acquiring products, but also about generating emotions, reinforcing self-esteem and building social meaning. However, this emotional impulse is qualified by value for money (59.2%) and previous experience (51.8%), which are presented as core criteria at the time of the purchase decision. This combination of desire and logic reflects a sophisticated consumption pattern, in which young people are not passive buyers, but active agents who carefully evaluate their decisions.

The use of social networks emerges as a cross-curricular factor in the whole consumption process. TikTok is positioned as the key space for discovering products and trends, while Instagram acts as a platform for validation and confirmation, where reviews, recommendations and content generated by other users are sought. Although many young people plan their purchases, promotions and discounts act as common triggers for impulse purchases, activating emotional behaviours that are reflected in phenomena such as the so-called «*girl maths*», which illustrates how they emotionally rationalise spending (for example, by perceiving a rebate as «money available» for future purchases).

Beyond their functional role, social networks also play an essential role in the construction of Generation Z's identity. Qualitative testimonies highlight that constant exposure to content from their peer group, micro-influencers and brands not only inspires, but also allows them to shape their self-image and project a desired version of themselves to others.

Thus, social platforms reinforce the notion that, for this generation, consumption is not only an economic act, but a symbolic process of personal expression, belonging and negotiation of status in the social sphere. This translates into an ambivalent relationship with brands: on the one hand, they demand authenticity, coherence and alignment of values; on the other, they maintain a pragmatic logic of conditional loyalty, in which previous experience and product performance outweigh brand history or reputation.

In relation to values, although sustainability is recognised as a relevant ideal, it does not translate into priority decisions at the time of purchase: only 4.2 % of respondents prioritise sustainable products. However, there

is a greater sensitivity towards specific aspects such as animal welfare, with a preference for *cruelty-free* products. This finding suggests that specific causes to which they can emotionally connect have a greater impact on purchasing behaviour than abstract or general discourses on sustainability.

Finally, omni-channeling is confirmed as a distinctive feature of Generation Z consumption: 44 % say they choose the channel (physical or online) according to the situation, showing great flexibility and adaptability.

This hybrid behaviour reflects not only a seamless integration between the digital and physical worlds, but also high expectations for personalisation and immediacy in the shopping experience. In addition, young people value brands' mobile apps as tools of convenience, reinforcing the need for companies to optimise their digital platforms to ensure an intuitive and effective user experience.

4. Discussion

The results confirm that Generation Z combines emotional motivations with pragmatic analysis in their consumption decisions (Turner, 2015). Social networks not only mediate discovery, but also shape the symbolic meaning of consumption, reinforcing logics of social validation and identity expression (Priporas *et al.,* 2017). This mediating role turns digital platforms into not only commercial but also cultural spaces where belonging, status and authenticity are negotiated.

The differential attention they give to animal welfare versus the low weight of general sustainability raises questions about the ethical hierarchies of this generation and opens lines of reflection on the impact of specific causes versus broader discourses. As Kotler (2022) points out, brands that manage to connect emotionally do so because they align their communicated values with visible concrete practices, avoiding the risk of *greenwashing* or dissonance between message and action.

Brands must understand that connecting with Generation Z requires verifiable authenticity, narrative consistency and seamless cross-channel experiences (Batat, 2022). In addition, the literature suggests further exploration of variables such as gender, social class and cultural context, as recent studies show significant differences in expectations and perceptions (Seemiller and Grace, 2021). These nuances allow for the identification of differentiated patterns within the generational group itself, challenging generalisations and highlighting the importance of segmented approaches.

In this regard, Fromm and Read (2018) stress that the key to reaching this generation lies in offering two-way interactions, empowering the consumer as a co-creator of the experience. Complementarily, Francis and Hoefel (2018) highlight that Generation Z especially values radical personalisation, inclusion and immediacy, elements that must be integrated not only in the final product, but at every touchpoint along the customer journey.

The analysis therefore invites reflection not only on the practical implications for brands and marketers, but also on academic opportunities to delve deeper into as yet underexplored dimensions, such as the transnational influence of digital trends, the differences between mature and emerging markets, and the effects of hyper-personalisation on youth consumer behaviour.

5. Conclusions

Analysis of Generation Z consumption reveals a consumption pattern that brings together a range of factors ranging from emotional gratification, logic, social networks, offers and conditional loyalty to the fluid use of physical and digital channels. These factors not only determine purchasing decisions, but also reflect how this generation articulates their identity and their relationship with brands.

In line with the objectives of the study, the results confirm that emotional and rational motivations are mixed at every stage of Generation Z's consumption process. Social networks play a key role, not only as spaces for discovery, but also as places where young people validate their decisions and build their public image and that although values such as sustainability are present, they gain more strength when linked to specific causes, such as animal welfare, suggesting that it is essential for companies to go beyond generic discourses.

As such, brands that aspire to connect with this segment must integrate tangible value propositions, narrative coherence, value alignment, authenticity and an agile and personalised omnichannel user experience. The challenge is to build relationships based on trust.

6. References

Batat, W. (2022). *Experiential marketing: Consumer behavior, customer experience, and the 7Es*. Routledge.

Bhalla, R., Tiwari, P. & Chowdhary, N. (2021). Digital Natives Leading the World: Paragons and Values of Generation Z. In:

N. Stylos, R. Rahimi, B. Okumus, S. Williams (Eds.), *Generation Z Marketing and Management in Tourism and Hospitality*. Cham: Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-030-70695-1_1

Creswell, J. W. & Clark, V. L. P. (2017). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Díaz-Lucena, A. & Vicente-Fernández, P. (2023). Generation Z and news consumption: the TikTok ac2ality channel. *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado, 27*(2), 1-18. https://doi.org/10.17979/redma.2023.27.2.9951

Esquivel-Cardoso, C., Márquez, J. A., Ochoa-Zezzatti, A. & Torres-Escobar, R. (2025). Cracking the code of generation z: neuromarketing and consumer behaviour for their own decision-making. *+Ciencia,* (38), 17-23. https://publicaciones.anahuac.mx/index.php/masciencia/article/view/2881

Fanjul Fernández, M. L., Pradana Pérez, F. J. & Vargas Delgado, J. J. (2025). I Informe Hábitos de consumo de la Generación Z. Observatorio de la Generación Z. https://doi.org/10.5281/zenodo.15195793

Forbes (2024). How To Refresh 17 Tried-And-True Marketing Strategies For Gen-Z. https://www.forbes.com/councils/forbesagencycouncil/2024/03/11/how-to-refresh-17-tried-and-true-marketing-strategies-for-gen-z/

Francis, T. & Hoefel, F. (2018). True Gen': Generation Z and its implications for companies.

McKinsey's São Paulo office. McKinsey & Company. https://bit.ly/3nh5i8S

Fromm, J., & Read, A. (2018). *Marketing to Gen Z: The rules for reaching this vast and very different generation of influencers.* AMACOM.

Gómez de Travesedo Rojas, R. & Gil-Ramírez, M. (2020). Generation Z and political information consumption: between television and new media formats. *Ámbitos. International Journal of Communication, 50, 62-79.* https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i50.05

Johnston, M. P. (2014). Secondary data analysis: A method of which the time has come. *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries, 3*(3), 619-626. https://www.qqml-journal.net/index.php/qqml/article/view/169

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J. & Turner, L. A. (2007). Toward a definition of mixed methods research. *Journal of Mixed Methods Research, 1*(2), 112-133. https://doi.org/10.1177/1558689806298224

Jones Grinard, M. L. (2025). Marketing adapted to the consumer dynamics of the z generation. *Revista Científica Orbis Cógnita, 9*(1), 208-225. https://doi.org/10.48204/j.orbis.v9n1.a6727

Kay, S., Mulcahy, R. & Parkinson, J. (2020). When less is more: the impact of macro and micro social media influencers' disclosure. *Journal of Marketing Management, 36*(3-4), 248-278. https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1718740

Kotler, P. (2022). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.

López Vidales, N. & Gómez Rubio, L. (2021). Trends of change in youth

media behaviour: Millennials vs. Generation Z. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 27*(2), 543-552. https://doi.org/10.5209/esmp.70170

McKinsey & Company (2024). Mind the Gap. Curated Reads For Gen Z-And Their Z-Curious Colleague. https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/email/genz/2024/02/2024-02-27d.html

Martín Critikián, D., Solano Altaba, M., & Serrano Oceja, J. F. (2022). Fashion consumption habits through influencers in Generation Z. *Vivat Academia. Revista de Communication, 155, 39-68.* http://doi.org/10.15178/va.2022.155.e1387

Nogueira, S., Durão, M., Pacheco, L., Ramazanova, M. & Carvalho, J. (2024). Experiential Marketing and Purchase Intention of Ecotourism Experiences: Z-Generation Case. *Proceedings of the International Conference on Tourism Research*, 7(1), 270-279. https://doi.org/10.34190/ictr.7.1.2042

Prabowo, S. H. W., Parahiyanti, C. R., Dewi, Y. R., Aulisai-na, F. I. & Abd Aziz, N. (2023). The Fierce Competition of Shopee Battlefield Among Generation Z Consumers: A Neuromarketing Perspective. In: *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference* (BISTIC 2023), (vol. 267, p. 39). Springer Nature.

Priporas, C. V., Stylos, N. & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior 77*, *374-381*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058

Rodríguez-Terceño, J., Bartolomé Romero, C., Fanjul Fernández, M. L. & Barceló Hernando, A. (2021). Chapter 37. Influencers instagramers and covert advertising. In: B. Castillo & V. García (coord.), *Prosumidores emergentes: redes sociales, alfabetización y creación de contenidos* (pp.813-843). Madrid: Dykinson.

Sacaluga, I., Vargas, J. & Pérez, Á. (2022). Tourism experiences shared and viralized by travellers through networks: factors and facilitators. *Human Review: International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades*, *15*(7), 1-7. https://doi.org/10.37819/revhuman.v15i7.1438

Seemiller, C. & Grace, M. (2019). *Generation Z: A century in the making.* Routledge.

Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology, 71,* 103-113. https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021

LA EUROPA MEDIEVAL VISTA POR EL CINE Y LA TV: FICCIONES, ESTEREOTIPOS Y DISCURSOS

Gonzalo Pérez Castaño
Institut Catholique de Paris / Universidad de Granada

1. Introducción

«Situarnos frente a una imagen, nos sitúa frente a la historia». Esta afirmación de Stephen Bann, resume a la perfección la influencia que tienen las imágenes como instrumentos de memoria y conocimiento (Bann, 1998, pp. 235-246). Más allá de ser simples ilustraciones, estas figuras han sido históricamente objetos de devoción y fascinación, que han servido como medios de persuasión y han transmitido información sobre la vida política, social y religiosa del pasado a través de sus representaciones visuales. En las últimas décadas, la historiografía ha logrado —en mayor o menor medida— el reconocimiento de la imagen como documento histórico, que destaca por su papel principal en la reconstrucción y recreación de la imaginación histórica y en la manera en la que concebimos y narramos el pasado (Burke, 2005, pp. 11-16).

Esta imagen audiovisual creada desempeña una posición central en la producción de la ficción cinematográfica y televisiva, ya que constituye un medio eficaz para divulgar representaciones del pasado y, en consecuencia, de popularizar la historia. En este sentido, la industria cinematográfica tiene la capacidad de trasladar al espectador a otras épocas, especialmente cuando se trata de «cine histórico». Dentro de este ámbito, el «cine medieval» ocupa una posición relevante al ofrecernos una visión particular, a veces anacrónica y estereotipada de la Edad Media, lo que contribuye de manera significativa a la configuración del imaginario popular sobre esta época (Goyeneche, 2012, p. 406).

Así, por ejemplo, a lo largo de este primer cuarto del siglo XXI, la materialización de la Europa medieval en el cine y la televisión ha experimentado una notable expansión, consolidándose como uno de los temas más recurrentes en la producción audiovisual contemporánea. Tanto es así que este auge no solo ha propiciado una proliferación de ejemplos que recurren a un «imaginario medieval estandarizado», como algunas de las célebres y reconocidas superproducciones internacionales, sino que también nos encontramos con otras ficciones televisivas de gran alcance y popularidad entre el público.

Este es el caso de *El señor de los anillos* y *Juego de Tronos* (Carretero, 2015; Larrington, 2017; Porrinas, 2019), las cuales han reinterpretado tanto la estética como algunos arquetipos asociados al medievo. Por lo tanto, ante esta premisa, más que un periodo histórico, podemos afirmar que la Edad Media funciona como un enclave simbólico, iconográfico y cultural a partir del cual se proyectan problemáticas actuales.

Desde esta perspectiva, el objetivo de nuestro estudio es analizar cómo ha sido representado el medievo europeo en las producciones cinematográficas y televisivas en el siglo XXI. Para ello, nos hemos centrado en la revisión de los estereotipos narrativos y visuales recurrentes, así como en personajes, héroes, mitos y leyendas en las que se basan las ficciones en España, Francia e Inglaterra.

Esta investigación tiene como fundamento la idea de que la representación audiovisual no responde únicamente a criterios de exactitud histórica, porque «las representaciones cinematográficas de la Edad Media responden más a las inquietudes culturales contemporáneas que a un afán de rigor histórico» (Bildhauer y Bernau, 2009, p. 2). Por lo tanto, nuestro análisis pone de manifiesto cómo estos productos culturales, actualizan y, en muchas ocasiones simplifican o distorsionan, elementos medievales capaces de articular relatos identitarios en clave contemporánea.

La relevancia de este trabajo se sostiene en la importancia social que tiene el imaginario medieval en el contexto europeo actual. Esto se debe a que la Edad Media sigue funcionando como «espacio cultural maleable» donde se proyectan los miedos, las aspiraciones y las construcciones ideológicas del presente (Elliot, 2017, p. 5). Esta instrumentalización de «lo medieval» representado en los medios de comunicación de masas se manifiesta, en algunas ocasiones, como una versión hegemónica del uso simbólico del pasado ya sea glorioso, épico, heroico, mitológico o legendario. Así, algu-

nos estudios han demostrado cómo los relatos audiovisuales históricos han impactado directamente en la percepción pública de la historia, reforzando de esta manera las ideas de raza, género e identidad (Sturtevant, 2018, p. 12).

Por lo tanto, analizar cómo se construye y se recrea la Edad Media a través de los medios audiovisuales resulta fundamental para entender la simbología que incide en la configuración de las identidades colectivas europeas. Tal y como recuerda Umberto Eco «la Edad Media funciona como un espejo deformante del presente» y es precisamente ese reflejo ideológico el que analizaremos en esta investigación (Eco, 1986, p. 61).

2. Marco teórico y conceptual

La historiografía visual estudia de qué manera el pasado se representa mediante imágenes y cómo influyen en el imaginario. Así pues, podemos destacar que «la cultura visual es uno de los elementos más importantes de la memoria histórica» (Navarro, 2012, p. 155). En el ámbito audiovisual, esto se refleja en las escenas narrativas y discursivas cuyos ejemplos de las recreaciones medievales en el cine y la televisión moldean las percepciones contemporáneas del pasado, que legitiman los argumentos de identidad, poder y memoria colectiva de un país (Ibañez y Anania, 2010, p. 9).

Por consiguiente, el cine medieval no solo es un producto de entretenimiento, sino también un medio simbólico que produce efectos sociales. Esta idea se puede relacionar con el concepto planteado por Hayden White sobre la *historiofotía*, que se refiere a cómo representamos el pasado a través de las imágenes (White, 1988; 2010, p. 217). Sin embargo, esta idea plantea algunos problemas, ya que nos debemos cuestionar si realmente el discurso fílmico reproduce el pasado de la misma manera que lo hace la historiografía tradicional. No obstante, el cine puede convertirse en un aliado capaz de aunar la historia, la narración y la ficción (Tacetta, 2015, pp. 10-12).

Esta tríada conceptual —historia-narración-ficción—, está basada en una imagen codificada mediante signos, cuya interpretación se fundamenta en estructuras semióticas (Barthes, 1961, p. 33). Ahora bien, la metodología planteada por Panofsky (1939) para el análisis de obras de arte es fundamental para entender la configuración y significación de las imágenes —en este caso medievales— en el cine contemporáneo (García Ochoa, 2005, p. 154). Así pues, su propuesta iconológica establece tres niveles de interpretación:

1. *Nivel preiconográfico (forma):* es la percepción inmediata de los elementos formales de la imagen: figuras, gestos, composición, etc. En el cine medieval, esto se correspondería con el vestuario, la iluminación, los encuadres y la puesta en escena. Este nivel implicaría la descripción formal de lo visible.
2. *Nivel iconográfico (contenido cultural):* se trata de los motivos iconográficos culturales representados: coronas, cruces, espadas, escenas religiosas, bélicas, etc. Este nivel supone una interpretación según las convenciones medievales y/o actuales. Asimismo, esto conlleva una lectura más profunda donde el cine transmite y representa símbolos históricos y artísticos ampliamente reconocibles por el gran público como pueden ser los *tableaux vivants* (Pérez, 2024c, pp. 255).
3. *Nivel iconológico (carga simbólica/ideológica):* este nivel está relacionado con la idea de «intuición sintética» capaz de revelar el sentido profundo de la imagen, es decir, los valores y visiones del mundo que el cine refleja al reinterpretar la Edad Media. Este aspecto iconológico estudia la mirada ideológica del cine medieval.

A través de la metodología de Panofksy, podemos observar de qué manera los medios audiovisuales —cine, televisión y plataformas— no solo son espacios de entretenimiento, sino también ámbitos donde se forjan y legitiman narrativas históricas en las que las sociedades rememoran su pasado medieval (Ferro, 1991; Paz y Montero, 1995; Alonso y Mastache, 2007). Así pues, estos medios divulgativos reflejan una serie de argumentos intencionados, pensados por directores, productores y guionistas. Por consiguiente, no debemos olvidar que la iconografía medieval en la pantalla «surge inevitablemente con sus ideas preconcebidas», debido a que la representación audiovisual del pasado no es neutral, sino que está influenciada por las perspectivas culturales y sociales actuales (Hueso, 1991, p. 13; Gutiérrez, 2022; 2023, p. 145). En efecto, el cine histórico «es un discurso que intenta recrear el pasado, pero al hacerlo, inevitablemente, reinterpreta los eventos» (Rosenstone, 1995, p. 51). De esta manera, el cine y la televisión actúan como mediadores que articulan la memoria simbólica a través de la interacción entre representación, relato y esencia cultural.

3. Metodología

La presente investigación se fundamenta en una revisión cualitativa de las representaciones audiovisuales de la Europa medieval en el cine y la tele-

visión producidas en el siglo XXI. La elección de una metodología cualitativa responde a la necesidad de comprender en profundidad los discursos visuales, ideológicos y descriptivos que estas obras proyectan sobre el pasado, más allá de análisis cuantitativos o estadísticos. De esta manera los métodos cualitativos permiten examinar los significados culturales y simbólicos que están implícitos en los productos culturales, facilitando una interpretación más rica de las imágenes mediáticas del medievo. La muestra no pretende ser exhaustiva en términos cuantitativos, sino más bien significativa desde una óptica sociocultural con el fin de examinar diversos ejemplos en función de los países analizados. De esta manera se han establecido algunos criterios de inclusión para la selección de las obras.

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
Origen geográfico	Producciones audiovisuales realizadas en Europa, con especial atención a obras provenientes de España, Francia e Inglaterra.
Cronología histórica	Narrativas centradas en la Edad Media europea, siglos V al XV, con un enfoque historicista, simbólico o fantástico.
Periodo de realización	Obras realizadas desde el año 2000 hasta la actualidad. Esto permite explorar cómo el contexto contemporáneo modela las imágenes del pasado medieval europeo.
Género y formato	Se incluyen tanto largometrajes cinematográficos como series de televisión o plataformas de *streaming*, que adopten una estética medieval, independientemente de su fidelidad histórica.

Tabla 1. Criterios de inclusión para la selección de obras audiovisuales.

En cuanto a las fuentes de información, se han identificado y seleccionado los diferentes ejemplos a través de las bases de datos especializadas: IMDb (Internet Movie Database), FilmAffinity, Film Index International; y catálogos académicos: JSTOR o Scopus para contrastar el análisis con investigaciones previas de estudios referentes al cine medieval en el siglo XX (VV. AA. 2001; Barrio, 2005; García Marsilla, 2017). Estos repositorios permiten acceder a sinopsis, fichas técnicas, fechas de producción y críticas.

En lo que concierne al alcance y las limitaciones del presente estudio, el análisis se centra en un corpus reducido de obras audiovisuales que permiten ilustrar manifestaciones retóricas, históricas y simbólicas predominantes en la representación de la Edad Media europea. Dado el carácter cualitativo del estudio, no se pretende establecer generalizaciones estadísticas, sino obser-

var los patrones temáticos recurrentes. Además, el estudio se focaliza en el contenido descriptivo de las obras (guion, imagen, pero sobre todo en los personajes y los símbolos) sin abordar aspectos de recepción pública ni producción técnica. Por lo tanto, esta investigación se enmarca en los estudios culturales y cinematográficos desde un planteamiento crítico que concibe las representaciones audiovisuales como construcciones ideológicas del pasado, las cuales influyen en las formas actuales de rememorar la historia.

A continuación, exploraremos las producciones cinematográficas de la Edad Media en España, Francia e Inglaterra. La forma en la que se representa el medievo en cada uno de estos países ha jugado un papel clave en la construcción de sus memorias históricas nacionales. De este modo, se ha logrado una mezcla interesante de realidad y ficción a través de enfoques únicos que reconfiguran culturalmente el pasado medieval.

4. Análisis filmográfico por países

4.1. España

En el ámbito audiovisual español, la recreación de la Edad Media ha estado condicionada por la representación de la herencia cultural y la historia nacional. Así, desde la pequeña pantalla, TVE y Antena 3 han sido las cadenas que han mostrado un mayor interés por las ficciones históricas. Por un lado, a través de teleseries que evocan una historia reciente de los siglos XIX y XX y, por otro, recreando el pasado remoto (Salvador, 2016, p. 154). Es a partir del 2009 cuando la serie de RTVE *Águila Roja* pone de manifiesto el éxito y el interés por la historia con las aventuras de Gonzalo de Montalvo y una ambientación desarrollada en el barroco hispánico. En este sentido, también debemos mencionar la serie *Toledo, cruce de destinos* (Antena 3, 2012) la cual recrea la Castilla del siglo XIII bajo el reinado de «Alfonso X, el sabio» y una trama basada en el tópico de la «convivencia» de las tres culturas (Testard e Hidalgo, 2012).

Sin embargo, la serie histórica más aclamada por la crítica y emitida por el ente público ha sido *Isabel,* una serie que narra la vida de la reina católica a lo largo de tres temporadas, desde su nacimiento en 1451 hasta su muerte en 1504 (Pérez, 2024a, pp. 231-233; Pérez, 2024b). Aunque, si bien es cierto, el éxito cosechado por *Isabel* no se repitió en la película *La corona partida* (2016), que versa sobre la turbulenta relación entre la reina Juana I de Castilla y Felipe «el Hermoso». Esta película serviría como precuela a la nueva serie

histórica de TVE *Carlos, rey emperador* (2015-2016). Pero, sin lugar a duda, la serie que mejor ha logrado combinar la ficción histórica con el género fantástico —y que ha alcanzado un notable éxito nacional e internacional gracias a su propuesta original y su reconocido universo transmedia en la web de RTVE— es *El Ministerio del Tiempo* 2015-2020 (Martínez, 2016). Aunque la dimensión distópica en la serie es evidente, varios de sus capítulos recrean algunos momentos clave de la Edad Media hispánica.

Al margen de las producciones de RTVE, es necesario mencionar otras ficciones históricas emitidas por distintas cadenas y plataformas. En 2006, Ildefonso Falcones publicó la novela *La Catedral del Mar*, ambientada en la Barcelona del siglo XIV y emitida en Antena 3 en 2018, pero producida por Televisión de Cataluña, Diagonal tv y Netflix (Pérez, *en prensa*). La buena acogida de esta adaptación literaria tuvo su secuela de la novela de Falcones *Los Herederos de la Tierra*, Netflix, 2022 y Antena 3, 2023 (Pérez, 2024a, pp. 226-227). Por último, la plataforma Amazon Prime emitió *El Cid* (2020-2021) la cual se centra en los años de juventud de Rodrigo Díaz de Vivar, sin duda uno de los personajes más mitificados de la historia de España (Porrinas, 2019a).

4.2. **Francia**

En Francia, desde el año 2000 se estrena en las pantallas una película sobre la Edad Media, ya sea relacionada con la caballería, los vikingos, el ciclo artúrico, figuras legendarias o históricas como Juana de Arco (Amy de la Breteque, 2015, p. 3). Este autor sugiere que, a pesar del interés por el medievalismo cinematográfico, habría que diferenciar entre las películas propiamente medievales y aquellas «medievalizantes» —*moyenâgeux*— siendo estas últimas el producto de una representación contemporánea del periodo medieval (Amy de la Breteque, 2004, p. 93).

Así, por ejemplo, el pionero del cine francés, Georges Méliès realizó el cortometraje *Jeanne d'Arc* en el año 1900 y, desde entonces, casi una treintena de películas y series han tratado sobre la doncella de Orleans. Aunque una de las recientes es la del realizador Luc Besson, (*Jeanne d'Arc*, 1999) con la actriz Milla Jovovich como protagonista (Haydock, 2007) veinte años más tarde, Bruno Dumont reescribiría en formato de película musical, *Jeannette, l'enfance de Jeanne d'Arc*, (2019). Además, a lo largo de este año, Romain Gavras estrenará *Sacrifice,* una nueva versión radicalizada sobre Juana de Arco, muy alejada del arquetipo de heroína medieval del siglo XV.

En 2005, se remasterizó *Les rois maudits* una ambiciosa miniserie histórica original, basada en la obra de Maurice Droun que narra la maldición de los templarios tras la ejecución de Jacques de Molay en 1314. Siguiendo este mismo argumento histórico, la serie de la cadena estadounidense HBO, *Knightfall* (2017-2019) presenta en formato de drama histórico la caída de los caballeros del Temple en época de Felipe IV.

Finalmente, uno de los directores de cine consagrados por su enfoque en la recuperación de la ficción histórica, el británico Ridley Scott (*Gladiator*, 2000; *El reino de los cielos*, 2005, *Exodus*, 2014, *Napoleón*, 2023) dirigió en 2021 *The Last Duel*. Esta película, basada en hechos reales, narra la historia del último duelo judicial celebrado en Francia en 1386, que tuvo lugar tras la acusación de violación presentada por Marguerite, esposa Jean de Carrouges, contra el escudero Jacques le gris (Lacalle y Delgado, 2024).

4.3. **Inglaterra**

Podemos considerar el ejemplo inglés como uno de los más prolíficos en cuanto a ejemplos de narración fílmica medieval debido a la combinación de lo épico con lo legendario a través de personajes como Beowulf, Robin Hood o el Rey Arturo, quienes han configurado todo un imaginario popular de la Edad Media inglesa (Valdés 2017, Sturtevant, 2018; Alvestad y Houghton, 2021; Rodríguez, 2021).

Dos de los primeros ejemplos que nos encontramos son las películas *El rey Arturo* (2004) de Antoine Fuqua, y *El reino de los cielos* (2005), dirigida por Ridley Scott. Esta última, trata las cruzadas en Jerusalén, pero a su vez incluye una parte ambientada en Inglaterra, lo que enlaza de esta manera, la Europa Occidental con Oriente Medio (Sojo, 2009). Años más tarde, Scott rodaría una versión «realista y dramática» del héroe clásico inglés por excelencia: *Robin Hood* (2010) y sus aventuras en el Nottingham del siglo XII.

Más adelante, BBC *one* recuperó a uno de los personajes emblemáticos del ciclo artúrico con la serie de fantasía *Merlín* (2008-2012). Esta producción legendaria y ambientada en el Camelot medieval fue valorada positivamente por la crítica —en especial por un público joven y familiar— ya que tuvo 5 temporadas y 65 episodios.

Por otra parte, el éxito de ventas mundial de la novela histórica de Ken Follett *Los pilares de la Tierra* —26 millones de ejemplares vendidos desde 1989— y la secuela *Un mundo sin fin* —4 millones de copias desde 2007—

ambas centradas en la construcción de la catedral gótica en la ficticia ciudad inglesa de Kingsbridge, fueron llevadas a la pequeña pantalla en los años 2010 y 2012 respectivamente. Esta adaptación televisada, marcará un antes y un después en las novelas históricas debido a la precisión con la que se trasladó la trama escrita al medio audiovisual a través de la ambientación medieval narrando no solo las intrigas políticas, sociales y religiosas, sino también por su capacidad de atraer a un público amplio y diverso a la historia medieval visionada (Jiménez y Rodríguez, 2018).

Ante el gran interés por la Edad Media, a menudo combinando hechos históricos con elementos dramáticos o fantásticos, nos encontramos con la serie de BBC *two y* Netflix, *The Last Kingdom* (2015-2022). Esta serie, basada en las novelas de Bernard Cornwelly estructurada en 5 temporadas, relata la formación del Reino de Inglaterra durante los siglos IX y X y las luchas entre los sajones y los vikingos. Gracias a su tono realista y a su enfoque, la han convertido en una de las series más aclamadas de su género.

Por último, la producción de Netflix, *The King* (2019) está inspirada en las obras de Shakespeare sobre Enrique V, presentando a un joven rey que tiene que enfrentarse a las rebeliones internas, y también a la guerra contra Francia. Aunque la película cuenta con localizaciones históricas reales para recrear con veracidad la Inglaterra del siglo XV, como el castillo de Berkeley y la catedral de Lincoln, no logró convencer a parte de la crítica, que la consideró una versión simplificada de los textos originales al perder la profundidad dramática característica de Shakespeare.

5. Discusión: ficciones y discursos estereotipados

«La historia es una narración y, por lo tanto, es susceptible a múltiples interpretaciones y reescrituras» (White, 1973, p. 65). La producción audiovisual que hemos analizado a través de los ejemplos de España, Francia e Inglaterra contribuye a un diálogo constante entre el pasado y el presente, donde las imágenes medievales legitiman los discursos y transforman las narrativas históricas. Así, tanto el cine como las series de televisión ambientadas en la Edad Media han influido en la formación de una imagen estereotipada del medievo (Barrio, 2008: p. 429). Por ello muchos de los clichés medievales como el oscurantismo, el feudalismo o la servidumbre se repiten en la ficción con fines ideológicos reforzados por una estética y ambientación de «los siglos oscuros» que perpetúa ideas preconcebidas y tópicos heredados (Heers, 1992).

Además, los protagonistas de la historia nacional han sido representados con ideales caballerescos, pero, a su vez, con tintes épicos, mitológicos y legendarios, puesto que personifican las tradiciones literarias de cada país. Así, figuras como el rey Arturo, Juana de Arco, o el Cid que representan sólidos valores como el honor y la lealtad.

Aunque los reyes, héroes y guerreros victoriosos «han monopolizado con su protagonismo el cine histórico medieval», la revolución de Annales a principios del siglo pasado pondría el foco en el «hombre común» tal y como analizó Marc Bloch. Así, personajes provenientes de los estratos más bajos de la sociedad o de una humilde aldea, ahora también tendrían representación no solo en la historia, sino también en los medios audiovisuales. Tal es el caso de Robin Hood, de los maestros constructores de *Los pilares de la Tierra,* o de Arnau Estanyol, *bastaix* o cargador del puerto en *La Catedral del Mar*.

Si bien es cierto que la ciencia ficción y los reinos fantásticos han dominado las grandes pantallas en las últimas décadas a través de una «mítica Edad Media» o incluso un *neomedievalismo* con el éxito arrollador de las sagas de Tolkien con *El señor de los anillos* (2001-2003), el *Hobbit* (2012-2014); y las novelas de George R.R. Martin *Juego de Tronos* llevadas a la televisión entre 2011 y 2019 y *La casa del dragón* 2022-2024 (García, 2015, p. 152). De esta manera se ha fraguado toda una «estética medieval» particular a la hora de representar la Edad Media que ha influido profundamente en el imaginario colectivo audiovisual de los espectadores. Así pues, el predominio de un pasado mítico y legendario ha convertido a la Edad Media en un producto de consumo cultural, donde en muchas ocasiones, el rigor histórico cede ante los intereses económicos de la industria cinematográfica y televisiva.

6. Conclusiones

Este trabajo ha permitido identificar las formas en las que la Edad Media europea ha sido recreada y representada en el cine y la televisión del siglo XXI. Para ello se han analizado algunas de las producciones más relevantes de España, Francia e Inglaterra. A partir de los ejemplos estudiados, se puede demostrar que la mayoría de estas representaciones no buscan la autenticidad histórica, sino más bien el entretenimiento del público. Por lo tanto, la Edad Media se presenta como un escenario simbólico, idóneo para proyectar las problemáticas contemporáneas relacionadas con los conceptos de nación, identidad y tradición tanto histórica, como legendaria.

A diferencia de otros estudios anteriores, centrados en el cine medieval de cada país durante el siglo XX bajo una óptica nacional, el presente estudio ofrece una mirada renovada al «medievalismo audiovisual» desde una perspectiva transnacional. Mientras que otros enfoques han buscado la coherencia histórica en series y películas, esta investigación destaca los puntos comunes de las narraciones audiovisuales en torno a las figuras medievales representadas: reyes, heroínas, guerreros valerosos, etc.

En cuanto a la metodología utilizada, se ha llevado a cabo un análisis cualitativo y una selección representativa de casi una veintena de producciones audiovisuales europeas. Sin embargo, el estudio ha supuesto ciertas limitaciones, como la dificultad de abordar de manera exhaustiva todas las obras «medievalizantes» producidas en otros contextos europeos como Alemania, Italia, Portugal o incluso en EE.UU. En futuras investigaciones, sería adecuado ampliar el corpus de películas y series a otros países, para observar cómo se reconstruye la Edad Media. En este sentido, el presente estudio, contribuye a la interacción de los conceptos de historia, narración y ficción medieval aplicados al ámbito audiovisual europeo durante el primer cuarto del siglo XXI.

En definitiva, los resultados obtenidos indican que los estudios culturales deben seguir analizando la relación entre el séptimo arte, la historia y la imagen, otorgando a esta última la categoría de documento histórico. En un contexto globalizado, el pasado medieval representado en imágenes —a través del cine y la televisión— se consolida como un recurso narrativo cada vez más presente, manipulable y cargado de significación. Y aunque el cine recurra a licencias creativas, conserva también un importante valor crítico y pedagógico al acercar el pasado al tiempo presente. Por lo tanto, se puede afirmar que, durante el siglo XXI, el cine y la televisión reproducen un *medievalismo imaginado,* que privilegia la espectacularidad y el exotismo por encima del rigor histórico.

7. Referencias

Alonso, J.J., Mastache, E.A., & Alonso, J. (2007). La Edad Media en el cine. T & B.

Alvestad, K. C., & Houghton, R. (Eds.). (2021). The middle ages in modern culture: History and authenticity in contemporary medievalism. Bloomsbury Academic.

Amy de la Breteque, F. (2004). L'imaginaire médiéval cinéma occidental. H. Champion.

— (2015). Le Moyen Âge au cinéma. Panorama historique. A. Colin.

Bann, S. (1998). Face-to-Face with History, New Literary History, 29/2 (pp. 235-246)

Barrio Barrio, J. A. (2005). La Edad media en el cine del s.XX. Medieval, 15 (pp. 241-268).

— (2008). La Edad Media en el cine de Estados Unidos. Imago Temporis. Medium Aevum, 2, 426-452.

Barthes, R. (1961). El mensaje fotográfico. En R. Barthes, *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos y voces* (pp. 25-41).

Bildhauer, B., & Bernau, A. (2009). Medieval Film. Manchester University Press.

Burke, P. (2005). Visto y no visto: el uso de la imagen como documento histórico. Crítica.

Carretero González, M. (2015). Intertextualidad medieval y medievalista en El Señor de los Anillos de Peter Jackson. En H. Young (Ed.), *Fantasy and science-fiction medievalisms: From Isaac Asimov to A Game of Thrones* (pp. 35-56). Cambria Press.

Eco, U. (1986). Il Medioevo nel pensiero contemporaneo. Laterza.

Elliott, A. B. R. (2017). Medievalism, Politics and Mass Media: Appropriating the Middle Ages in the Twenty-First Century. Boydell & Brewer.

Ferro, M. (1991). Perspectivas de las relaciones Historia-Cine. Film-Historia, 1/1 (pp. 3-12).

García Marsilla, J. V. (2015). Miradas a un tiempo oscuro: El cine y los estereotipos sobre la Edad Media. En M. Bolufer Peruga, J. Gomis Coloma & T. M. Hernández (Eds.), *Historia y cine: La construcción del pasado a través de la ficción* (pp. 135-158). Institución IFC.

García Marsilla, J. V., & Ortiz Villeta, Á. (2017). Del castillo al plató: 50 miradas de cine sobre la Edad Media. Editorial UOC.

García Ochoa, S. (2005). Cine e iconología: Análisis del film desde la historia del arte. Quintana Revista do Departamento de Historia da Arte, 4/4 (pp. 153-163).

Goyeneche Gómez, E. (2012). Las relaciones entre cine, cultura e historia: una perspectiva de investigación audiovisual, Palabra clave, vol. 15, núm. 3, (pp. 387-414).

Gutiérrez García, S. (2022). La Edad Media en el cine contemporáneo: Una aproximación desde la historiografía artística. En E. Martínez Álvarez (Ed.), *Entre la Historia y la ficción: El cine como representación del pasado* (pp. 63-86). Dykinson.

— (2023). La representación del mundo medieval en el cine contemporáneo, Edad Media o presente expandido. Signum. Revista da Associação Brasileira de Estudos Medievais, 24/1 (pp. 143-158).

Haydock, N. (2007). Shooting the Messenger: Luc Besson at War with Joan of Arc. Exemplaria, 19/2 (pp. 243-269).

Heers, J. (1992). La invención de la Edad Media. Crítica.

Hueso, Á. L. (1991). Planteamientos historiográficos en el cine histórico. Filmhistoria Online, 1/1 (pp. 13-24).

Ibáñez Fernández, J. M., & Ananía, A. (Eds.). (2010). Memoria histórica e identidad en cine y televisión. Editorial Biblioteca Nueva.

Jiménez Alcázar, J. F., & Rodríguez, G. F. (2018). Novela, cine (TV) y videojue-

gos: El nombre de la rosa y Los Pilares de la Tierra. Quaderns de Cine, 13 (pp. 49-62).

Lacalle, J. M., & Delgado Mastral, C. (2024). La verdad según…: Puntos de vista en las versiones cinematográfica novelística de The Last Duel. Filmhistoria Online, 34 (pp. 18-56).

Larrington, C. (2017). Winter is coming: El mundo medieval en Juego de Tronos. D. Ferro.

Martínez Román, V. J. (2016). El ministerio del tiempo: La introducción de nuevos conceptos en las series españolas. Index: Revista de Arte y Pensamiento, 6/2 (pp. 337-354).

Navarro Espinach, G. (2012). La Edad Media en el cine: Reflexiones desde la historiografía. Revista de Historia Actual, 10/1 (pp. 7-25).

Panofsky, E. (1939). Estudios sobre iconología: Temas humanísticos en el arte del Renacimiento. Alianza Editorial.

Paz Rebollo, M.ª A., & Montero Díaz, J. (Dirs.). (1995). Historia y cine: Realidad, ficción y propaganda. Universidad Complutense de Madrid.

Pérez Castaño, G. (2024a). La narrativa transmedia del medievo: el relato histórico sobre los judíos en la serie Isabel. En F. Richer-Rossi & S. Patin (Eds.), *Le transmédia dans les industries culturelles et créatives* (pp. 221-242). Orbis Tertius.

— (2024b). Mito y realidad en la representación de los judíos en la serie Isabel. Metakinema. Revista de cine e historia, 28 (pp. 63-74).

— (2024c). La recreación histórica del cine y las series de televisión a través de la pintura: El Siglo de Oro español. En D. L. Drosos, et al. (Eds.), Estudios y homenajes hispanoamericanos VII (pp. 255-262). Ediciones del Orto.

— (en prensa). Los judíos en la Barcelona medieval: una visión desde *la catedral del Mar*.

Porrinas González, D. (2019a). El Cid: Historia y mito de un señor de la guerra. D. Ferro.

— (2019b). Poniente medieval: La Edad Media en la fantasía épica de Juego de Tronos. Ediciones La Ergástula.

Rodríguez Lajusticia, F. S. (2021). Juan Sin Tierra, rey de Inglaterra, en el cine. Vegueta: Anuario de la Facultad de Geografía e Historia, 21 (pp. 531-560).

Rosentone, R. (1997), El pasado en imágenes: El desafío del cine. Ariel.

Salvador Esteban, L. (2016). La representación del pasado en «Isabel», Index comunicación, 6-2 (pp. 151-171).

Sojo Gil, K. (2009). La representación de la historia del cine: A propósito de Kingdom of Heaven (El Reino de los Cielos, 2005), de Ridley Scott y las películas de cruzadas en la historia del séptimo arte. Clío & Crímen: Revista del Centro de Historia del Crimen de Durango 6 (pp. 278-293).

Sturtevant, P. B. (2018). The Middle Ages in Popular Imagination: Memory, Film and Medievalism. Bloomsbury Academic.

Tacceta, N. (2015). Aproximaciones al modernismo de Berlín Alexanderplatz, Escritura e imagen, 11 (pp. 9-31).

Testard, A. & Hidalgo, F. (2012). El documental como fuente para el estudio del

Medievo: Toledo, cruce de destinos, Scriptorium, 2/3.

Valdés Miyares, J. R. (2017). La evocación musical del Medievo: canción narrativa, drama y cine «medieval» en inglés. Cuadernos del CEMYR, 25 (pp. 231-247).

VV.AA. (2001). Le Moyen Age vu par le cinéma européen. Les Cahiers du Conques, 3.

White, H. (1973). *Metahistory: The historical imagination in nineteenth-century Europe*. Johns Hopkins University Press.

— (1988). Historiography and historiophoty. American H. R. 93/5 (pp.1193-1199).

— (2010), Ficción histórica, historia ficcional. Prometo.

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO PARTE DE LA COMPETITIVIDAD PRODUCTIVA EN HERMOSILLO, MÉXICO

Conrado Sanzarric Aguilar
Francisca Pedroza Montero
Silvia Leticia Sánchez Fuentes
Universidad de Sonora
Universidad Tecnológica de Hermosillo, Sonora

1. Introducción

En el contexto organizacional diferentes son los factores que intervienen para el correcto funcionamiento de las empresas y su grado de competitividad; una de las variables importantes es la comunicación en diferentes sentidos, se puede observar y medir de manera vertical dentro de su estructura organizacional o de manera horizontal; otra perspectiva tiene que ver con los procesos de comunicación interna y/o externa. para el caso que nos ocupa la idea es observar el comportamiento de esta variable de comunicación dentro de las empresas del sector productivo en la región noroeste de México (Estado de Sonora), Aplicando entrevistas a las diferentes áreas que componen la organización y atendiendo a organizaciones de diferentes sectores productivos tanto industria como servicio.

El instrumento diagnóstico funcional 12 áreas mide el comportamiento de las organizaciones en áreas, aspectos específicos y un conjunto de preguntas. Dicha entrevista se aplica a las diferentes áreas de la organización por lo que sus respuestas se contraponen con las buenas prácticas observadas; se realiza un análisis de fortalezas y debilidades así como una verificación visual en donde se observa elementos exteriores e interiores, como por ejemplo localización de la empresa, señalización, orden y limpieza, distribución de espacios, herramientas de trabajo, información disponible, material promocional, comunicación interna, entre otros.

Entre las distintas áreas que observa el diagnóstico organizacional se encuentran: dirección estratégica, dirección y liderazgo, análisis del entorno,

mercadeo y ventas, producción y operaciones, gestión ambiental, estructura organizacional, finanzas, recursos humanos, gestión de la información gestión de la calidad e innovación tecnológica.

2. Metodología

2.1. Investigación cuantitativa

A pesar de que el instrumento de diagnóstico organizacional se clasifica en áreas y sub áreas críticas estas se miden con un criterio de evaluación de los aspectos específicos en donde se asigna una ponderación de 1 a 5 dependiendo de la relación que haya entre la respuesta asignada por la empresa estudiada y las buenas prácticas estandarizadas.

Tabla 1. Criterios de evaluación de los aspectos específicos.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL			
CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS ESPECÍFICOS			
Calificación	**Categorías**	**%**	**Resultado**
5	Excelente	81 – 100	Se cumple con las exigencias del modelo ideal de empresa para este módulo, con niveles superiores en el logro y disposición respecto de los criterios considerados como claves para cada factor.
4	Bueno	61 – 80	Existe una clara tendencia hacia el modelo ideal, con cumplimientos parciales, producto de un plan sistemático para alcanzar los niveles de excelencia representados en el modelo ideal.
			Aun no se alcanzan los indicadores de optimalidad reservado a las empresas de excelencia, pero se está consciente de todos los criterios considerados como claves para cada factor y hay resultados cada vez mejores respecto de ellos.
3	Suficiente	41 – 60	Existe una clara tendencia hacia el modelo ideal, con cumplimientos parciales, eventualmente no sistemáticos, de los criterios considerados claves para cada factor.

DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL			
CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LOS ASPECTOS ESPECÍFICOS			
Calificación	**Categorías**	**%**	**Resultado**
2	Insuficiente	21 – 40	Hay resultados visibles respecto de la implementación de planes y acciones tendientes a mejorar indicadores de cumplimientos de metas. Se han dado solamente los primeros pasos para identificar tendencias. Existen algunos datos que confirman esta «intuición» y dirección hacia el modelo propuesto como ideal. Existe preocupación respecto de los criterios considerados claves para cada factor, pero no se han desarrollado acciones tendientes a mejorarlos.
1	Deficiente	0 – 20	No se aportan datos, o los reportados son esencialmente anecdóticos. No existe posibilidad de confirmar lo dicho en la entrevista con lo observado, respecto de lo que se aproxima al modelo ideal. No se verifica ninguna de las características contempladas dentro del modelo ideal.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México; NAFIN

2.2. **Investigación cualitativa**

El instrumento diagnóstico funcional 12 áreas mide el comportamiento de las organizaciones en áreas, aspectos específicos y un conjunto de preguntas. Dicha entrevista se aplica a las diferentes áreas de la organización por lo que sus respuestas se contraponen con las buenas prácticas observadas; se realiza un análisis de fortalezas y debilidades así como una verificación visual en donde se observa elementos exteriores e interiores, como por ejemplo localización de la empresa, señalización, orden y limpieza, distribución de espacios, herramientas de trabajo, información disponible, material promocional, comunicación interna, entre otros.

Entre las distintas áreas que observa el diagnóstico organizacional se encuentran: dirección estratégica, dirección y liderazgo, análisis del entorno, mercadeo y ventas, producción y operaciones, gestión ambiental, estruc-

tura organizacional, finanzas, recursos humanos, gestión de la información gestión de la calidad e innovación tecnológica.

3. Resultados

3.1. Comunicación

El contexto en donde se realiza el análisis del comportamiento de la comunicación y de la información es el contexto organizacional productivo en la región noroeste de México, en ese sentido se trabaja con 7 empresas dedicadas a diferentes actividades como por ejemplo producción de cemento, transporte de carga, fabricación de inter conectores de calor flexibles, confección de lonas a base de plástico, fabricación de componentes eléctricos, reparación y mantenimiento de equipo industrial y producción de cal de las cual es 5 de ellas se consideran de gran tamaño mientras que las 2 restantes son de tamaño mediano.

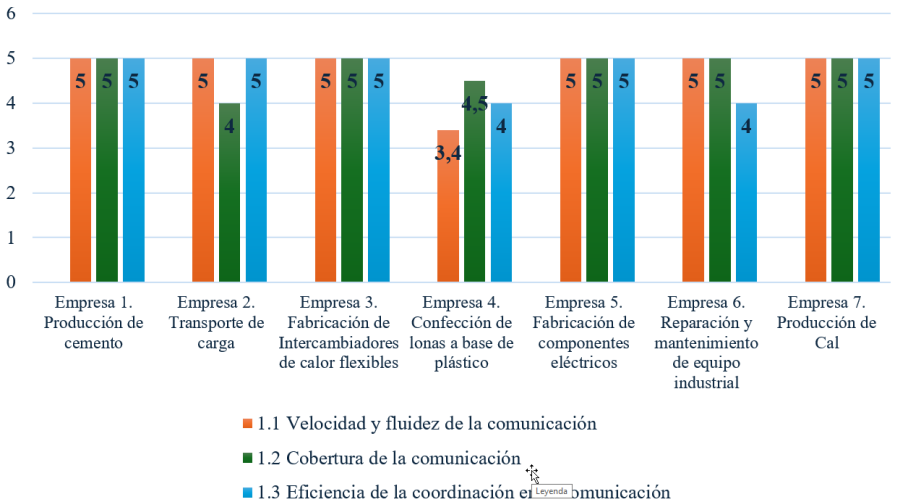
Dentro de la sub área de gestión de información sí en la lisa la sub área de comunicación en donde se observa en primera instancia la velocidad y fluidez de la comunicación, posteriormente la cobertura de la comunicación y por último la eficiencia de la coordinación en la comunicación. En este caso se busca que la información sea comunicada de manera oportuna a todo el personal de la empresa teniendo así conocimiento de los objetivos y logros alcanzados y donde se observan mecanismos formales al interior de la organización para una mayor eficiencia; de acuerdo con las buenas prácticas esperadas el área de comunicación es altamente eficiente.

Tabla 2. Área: Gestión de la información; Sun-área: Comunicación

1. Comunicación	Buenas Prácticas
1.1. Velocidad y fluidez de la comunicación	La información es comunicada de manera oportuna y en forma permanente a quienes la requieren para la toma de decisiones.
1.2. Cobertura de la comunicación	Todo el personal de la empresa está en conocimiento de los objetivos de la empresa y los logros alcanzados en el último periodo.
1.3. Eficiencia de la coordinación en la comunicación	Existe un mecanismo formal de coordinación al interior de la empresa que permite que no se genere duplicación de funciones.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México; NAFIN.

De acuerdo al estudio realizado las empresas observadas en su mayoría tienen altos niveles de desarrollo en los diferentes apartados es decir obtiene una calificación de 5 puntos considerada la más alta sobre todo en aquellas empresas que son de gran tamaño por su parte las empresas que son de tamaño mediano cuentan con cierto grado de área de oportunidad para mejorar en sus procesos internos de comunicación hacia sus trabajadores, en relación a procesos de comunicación tanto verticales como horizontales.



Gráfica 1. Comunicación. Resultados por sub-área y empresa.
Fuente: Elaboración propia.

3.2. **Información**

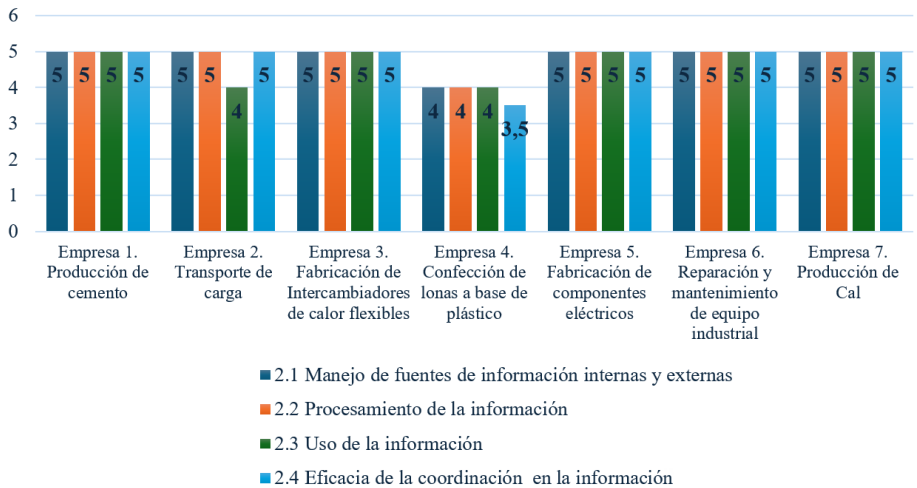
En el caso de la sub área de información se busca que exista una definición clara de los requerimientos de la información así como de las fuentes relevantes es decir que existan procesos formales y continuos para transmitir información y en donde esta información quede documentada de manera periódica misma información que habrá de permitir la toma de decisiones en los diferentes niveles de la organización. En este sentido se observan elementos como: procesamiento y uso de la información, eficacia de la información y el manejo de fuentes de información tanto internas como externas.

Tabla 2. Área: Gestión de la información; Sun-área: Información

2. Información	Buenas Prácticas
2.1. Manejo de fuentes de información internas y externas.	Existe una definición clara de los requerimientos y una identificación de las fuentes de información relevantes.
2.2. Procesamiento de la información.	Existe un procesamiento formal y permanente de la información que quedan documentados en reportes periódicos de acuerdo a los requerimientos de la empresa.
2.3. Uso de la información.	Los reportes de información son utilizados para la toma de decisiones en los diferentes niveles de la empresa.
2.4. Eficacia de la coordinación de la información	La coordinación agrega valor a la toma de decisiones al interior de la empresa.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México; NAFIN

Así, las organizaciones objeto de análisis presentan altos índices de desarrollo de manera general en este caso solo una de las organizaciones observadas presenta un área de oportunidad en relación a la eficacia de la coordinación de los procesos de información interna y externa.



Gráfica 2. Información. Resultados por sub-área y empresa.
Fuente: Elaboración propia

3.3. **Tecnologías de la información**

Por su parte en el caso de las tecnologías de información se busca como buenas prácticas algunos elementos indispensables para el correcto desarrollo de los procesos internos; en este sentido, se deberá buscar que la empresa utilice herramientas distintas de gestión en los diferentes niveles contando con la infraestructura necesaria en relación a redes de informática, equipamiento computacional, software especializado y que permita a su vez una correcta relación con elementos externos como pueden ser clientes y proveedores. La actualización tanto en software como en hardware también es importante para el correcto funcionamiento de las actividades es decir en promedio las actualizaciones deben corresponder a no más de 18 meses.

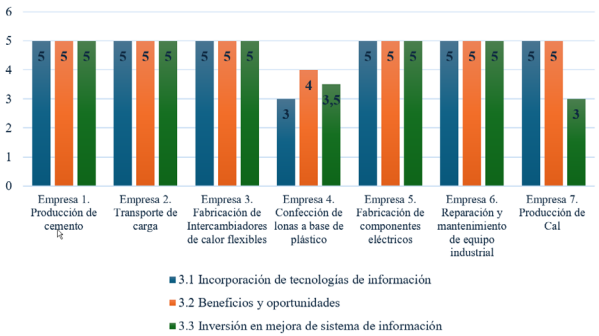
Tabla 2. Área: Innovación tecnológica; Sun-área: Tecnologías de la información

3. Tecnologías de la información	**Buenas Prácticas**
3.1 Incorporación de tecnologías de información	La empresa utiliza tecnologías de información como herramienta de gestión en distintos niveles. tiene red de informática, posee buen equipamiento computacional, software especializado. Se encuentra conectado a internet.
3.2 Beneficios y oportunidades	La empresa utiliza tecnología de la información para relacionarse con clientes y proveedores. La empresa posee sitio web. La empresa posee una buena dotación de equipos por empleado.
3.3 Inversión en mejora de sistema de información.	La empresa ha renovado en los últimos 18 meses su software y hardware, y ha actualizado un sistema de información y dispone de un presupuesto anual para renovación de software y hardware.

Fuente: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. México; NAFIN.

De este modo encontramos que las empresas en su totalidad incorporan tecnologías de información para los procesos internos, en donde se generan 100 % beneficios y oportunidades; sin embargo en la parte de inversión en mejora de los sistemas de información que están directamente relaciona-

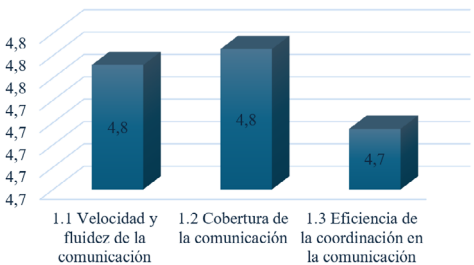
dos con la actualización de software o programas para comunicarse tanto el interior como el exterior presentan áreas de oportunidad y se deberá proponer para una mayor competitividad un ajuste necesario en cuanto a la infraestructura tecnológica y a la actualización.



Gráfica 3. Tecnologías de la información. Resultados por sub-área y empresa. Fuente: Elaboración propia

3.4. **Competitividad Organizacional en el áre de Comunicación**

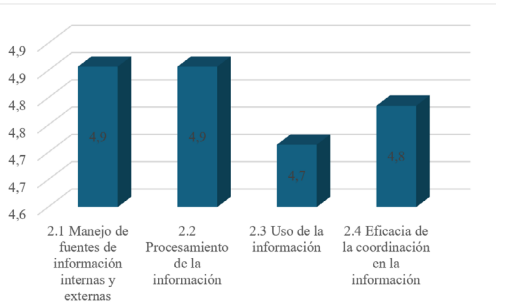
Para el caso de comprender las condiciones generales de competitividad dentro de la sub área de comunicación vamos a observar el comportamiento general del conjunto de las empresas analizadas en la región noroeste donde se observan fortalezas como la velocidad y fluidez de la comunicación y la cobertura de la comunicación alcanzando una calificación promedio de 9,6; sin embargo en la parte de eficiencia de la coordinación en la comunicación se observa un área de oportunidad de 0,6 que aun cuando sea pequeña sería interesante subsanarla.



Gráfica 4. Competitividad Organizacional. Sub-área: Comunicación. Fuente: Elaboración propia.

3.5. **Competitividad organizacional en el área de informática**

Las empresas en general presentan altos índices de competitividad en esta área relacionada con la informática ya que cuentan con fortalezas en el manejo de fuentes de información con una calificación promedio de 9,8; en procesamiento de la información con una calificación promedio de 9,8; en el apartado de eficiencia de la coordinación en la información 9,6; mientras que en el uso de la información 9,4. Las calificaciones mostradas en promedio en los diferentes sectores productivos se consideran positivas de acuerdo con las buenas prácticas y el correcto funcionamiento de la empresa.

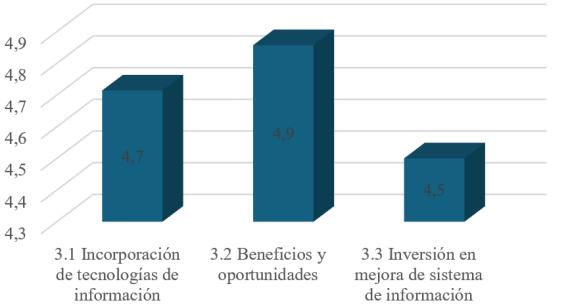


Gráfica 5. Competitividad Organizacional. Sub-área: Informática.
Fuente: Elaboración propia.

3.6. **Competitividad organizacional en el área de Tecnologías de la información**

Las tecnologías de la información son otro aspecto importante en el análisis del comportamiento de las organizaciones para describir el grado de competitividad que estas tienen frente a sus oponentes; en el conjunto de las empresas observadas encontramos elementos positivos que describen el correcto funcionamiento.

Por una parte los beneficios y oportunidades obtienen una calificación promedio de 9, 8; la incorporación de tecnologías de información presenta una calificación promedio de 9,4 y finalmente el apartado de inversión en mejora de sistemas de información obtiene una calificación promedio de 9,0 siendo esta la que se considera con la mayor área de oportunidad, esto es, trabajar en la actualización de los sistemas de información en relación a software y hardware para los procesos internos.



Gráfica 6. Competitividad Organizacional. Sub-área: Tecnologías de información. Fuente: Elaboración propia.

Si entendemos que la comunicación organizacional es parte de las relaciones e interacción de los sujetos en las diferentes áreas de trabajo dentro de las empresas, y el correcto funcionamiento permitirá el cumplimiento de objetivos y metas organizacionales, de los diferentes departamentos e incluso a nivel personal en cada uno de los colaboradores, y si lo vemos en el contexto general entonces los procesos de comunicación son también importantes para el crecimiento y la competitividad de las organizaciones.

En el caso que nos ocupa observamos empresas del sector productivo de diferentes giros de actividad y de diferente tamaño en donde principalmente encontramos que el mayor índice de competitividad en relación a la comunicación coma la información y los sistemas informáticos está dentro de las empresas que son de mayor tamaño mientras que las empresas que tienen un tamaño medio presentan mayores áreas de oportunidad mismas que habrán de solventarse si quieren subir sus niveles de productividad y competitividad organizacional.

Entender cómo se transmite la información al interior de la empresa tanto en sentido vertical como horizontal, poder observar los bloqueos de comunicación y entender que los mandos superiores debe entender una comunicación adecuada para el logro de los objetivos es parte de el proceso de socialización de metas hacia las diferentes áreas de trabajo.

Por su parte en el manejo de la información es importante describir qué tipo de información se maneja de dónde se obtiene de dicha información, Doy doylos gerentes o encargados de las diferentes áreas deben disponer siempre permanentemente de información oportuna, se deben

generar informes de las actividades y entender que la toma de decisiones está directamente vinculada con la información que se genera tanto interna como externamente.

Finalmente las empresas objeto de análisis de la presente investigación encuentran altos índices de competitividad en relación a las tecnologías de información esto es, en su mayoría cuentan con red local o servidor; equipamiento funcional para el manejo de información en relación a software y hardware especializados; cuentan con personal calificado para el manejo correcto de la información y definen procesos de comunicación formales como correo electrónico y capacitación en cada una de las áreas.

4. Referencias

Brandolini, A., González Frígoli, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación interna: Claves para una gestión exitosa. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata, Argentina.

Drucker, P. (2001). La práctica de la dirección de empresas. Editorial McGraw-Hill.

Jiménez, A. M. E. (2015). *Somos estrategas: Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Gedisa Editorial.

Fayol, H. (1949). Administración industrial y general. Editorial El Ateneo.

Koontz, H., Weichrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración, una perspectiva global e empresarial*. Mc Graw Hill Educación.

Rodríguez, M. D. (2015). Diagnóstico Organizacional. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Católica de Chile, Octava Edición. Ediciones Universidad Católica de Chile.

DECISÃO CLÍNICA EM SAÚDE ORAL: O PODER DA VOZ DO PACIENTE GERIÁTRICO

Augusta Silveira
Inés Castro
Sandra Gavinha
Maria Inés Guimarães
Universidade Fernando Pessoa
Faculdade das Ciências da Saúde, Porto, Portugal

1. Introdução

1.1. Desafios do Envelhecimento Populacional e a Centralidade da Saúde Oral na Qualidade de Vida Geriátrica

O fenómeno do envelhecimento populacional representa um dos mais prementes desafios demográficos e de saúde pública do século XXI. A Organização Mundial da Saúde (OMS, 2015) defende um envelhecimento que transcenda a mera ausência de patologia, promovendo um processo seguro e saudável, equitativo no acesso a serviços de saúde, assistência social, habitação, higiene e participação social. Projeções da Organização das Nações Unidas (Nations et al., 2019) indicam que, até 2050, a população global com idade igual ou superior a 65 anos atingirá 1,5 mil milhões de indivíduos, representando um em cada seis habitantes. Em reconhecimento a esta transição demográfica, a OMS designou o período de 2021-2030 como a «Década do Envelhecimento Ativo», enfatizando a imperatividade de abordagens multissetoriais e a responsabilidade governamental na promoção do envelhecimento saudável, para além da provisão de cuidados curativos (Presidência do Conselho de Ministros, 2024). Portugal, com um índice de envelhecimento de 182 idosos por cada 100 jovens, figura entre os países mais envelhecidos globalmente e com a quarta maior taxa de aceleração do envelhecimento (Presidência do Conselho de Ministros, 2024), amplificando a urgência de estratégias eficazes.

Historicamente, a concepção biomédica da saúde tem- se pautado pela dicotomia entre normalidade e patologia, definindo saúde como a ausência

de doença. No entanto, esta perspectiva é crescentemente questionada pela sua imprecisão e inadequação face à fluidez do conceito de normalidade (van der Linden & Schermer, 2024). A qualidade de vida (QdV) e a saúde no envelhecimento constituem um desafio social proeminente (Silva, 2023), especialmente quando se consideram as comorbidades prevalentes na população idosa, como doenças cardiovasculares e neoplásicas, que impactam severamente a QdV (Wong et al., 2019).

1.2. **A Indissociabilidade entre Saúde Oral e Saúde Geral no Idoso**

A saúde oral (SO), frequentemente subestimada no contexto da saúde geriátrica, emerge como um pilar fundamental da saúde geral (SG) e da QdV em indivíduos idosos (Azami-Aghdash et al., 2021). A interconexão é evidente, com fatores de risco comuns que exacerbam tanto as patologias orais quanto as doenças não transmissíveis, culminando em potenciais incapacidades de autocuidado (Azami-Aghdash et al., 2021). A autopercepção de uma SO comprometida é um preditor robusto de má autoavaliação da SG, baixa autoestima e insatisfação com a vida, sublinhando a intrínseca ligação psicossocial entre a SO, a SG e o bem-estar psicológico (Janto et al., 2022; Silveira et al., 2020; Wong et al., 2019).

As afecções orais mais prevalentes na população idosa incluem lesões de cárie dentária, doença periodontal, disfunções da articulação temporomandibular (ATM), dor crónica miofascial e edentulismo (Di Spirito, 2022). A cárie dentária, definida pela American Dental Association (ADA) como uma doença bacteriana prevenível e tratável (American Dental Association, 2024), demonstra uma incidência aumentada em pacientes geriátricos, particularmente as cáries radiculares, devido à reabsorção do rebordo alveolar (Sen et al., 2020). A prevenção desta patologia é crucial para a melhoria da qualidade de vida relacionada com a saúde oral (QdVRSO) (American Dental Association, 2024; Silveira, A. et al, 2022; Fontana et al., 2018).

A literatura científica atual corrobora que a progressão de doenças orais, notadamente lesões de cárie e doença periodontal, constitui um fator de risco significativo para diversas patologias sistémicas (Dahlen et al., 2020). Intervenções eficazes em higiene oral demonstram um impacto positivo, como evidenciado pelo estudo de Janto et al. (2022), que demonstrou uma redução significativa de placa dentária e melhoria da higiene protética em um grupo de intervenção de 151 pacientes após 6 meses de instruções personalizadas a pacientes e/ou cuidadores.

1.3. **Consequências do Edentulismo e Estratégias Preventivas**

A perda dentária, ou edentulismo, é um problema de saúde pública de prevalência global, afetando, por exemplo, 21,9 % dos indivíduos acima de 74 anos nos EUA e 39,6 % na Nova Zelândia (Janto et al., 2022; Berard & Zho, 2024; Kailembo et al., 2016). As suas etiologias são multifatoriais, incluindo lesões de cárie, impactações e traumas, com a doença periodontal sendo a causa mais comum em adultos (Dahlen et al., 2020). O edentulismo compromete a função mastigatória, induzindo modificações no padrão alimentar que podem resultar em dietas nutricionalmente deficientes, predominantemente de fácil mastigação e baixo teor proteico, culminando em quadros de desnutrição com severas repercussões físicas, sociais e emocionais em idosos (Chan et al., 2023; Gil-Montoya et al., 2015). Além das consequências sistémicas, o comprometimento estético do sorriso e a disfunção digestiva impactam negativamente os domínios físico, social e emocional do idoso. Assim, o desenvolvimento de intervenções voltadas para a mitigação destas condições torna-se imperativo (Bellia et al., 2023).

A promoção da saúde e a implementação de estratégias preventivas ao longo do ciclo de vida são cruciais para otimizar os desfechos relacionados com a SO (Chau et al., 2023; Guimarães, M.I., 2025). A OMS (2023) enfatiza que as doenças orais são preveníveis através do controlo de fatores de risco comuns, como tabagismo, consumo de álcool e dietas desequilibradas, em conjunto com o controle de comorbidades como diabetes e cancro. A translação do conhecimento científico e das experiências em prevenção para programas de intervenção abrangentes representa um desafio crucial no contexto do envelhecimento populacional (Fabíola Díaz-García et al., 2022; Kenny et al. 2021).

A literacia em saúde, definida pela OMS como o conjunto de competências cognitivas e sociais que capacitam os indivíduos a aceder, compreender e utilizar informações para manter e promover a saúde, é fundamental (Fabiola Díaz-García et al., 2022). A literacia funcional é igualmente relevante, exigindo que os profissionais de saúde adaptem suas abordagens comunicacionais para superar barreiras como deficiências visuais, cognitivas ou baixo nível de escolaridade formal, assegurando instruções claras e compreensíveis que promovam a adesão dos idosos às orientações de saúde (Fabiola Díaz-García et al., 2022; Silveira, A. et al, 2023).

Estudos demonstram que intervenções educativas resultam em significativa redução da acumulação de placa bacteriana e melhoria da higiene oral em idosos dependentes de cuidadores (Ebrahimi & Farokhi, 2022). Programas educacionais direcionados tanto a cuidadores quanto a idosos institucionalizados exercem um impacto positivo nessas condições (Ebrahimi & Farokhi, 2022).

Este trabalho tem como objetivo principal caracterizar o estado de SO e a autoperceção de SO numa população idosa. Objetiva revelar as preocupações atuais em odontogeriatria. A presente iniciativa retrata um projeto piloto que visa estabelecer uma conexão mais robusta entre a instituição universitária e a população idosa, integrando-os no ambiente académico e reforçando o compromisso de docentes, investigadores e profissionais de saúde com a promoção de um envelhecimento saudável.

2. Metodologia

2.1. Pesquisa bibliográfica

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica prévia de artigos científicos publicados nas bases de dados eletrónicas Pubmed, SciELO e B-On com as palavras-chave: «Odontogeriatrics»; «Oral health»; «Aging»; «Quality of life»; «Longevity»; «Community Oral Health». Foram considerados artigos publicados entre 2014 e 2024.

2.2. Considerações éticas

Para a realização desta investigação e previamente ao início do estudo, obteve-se autorização e aprovação do projeto desta investigação pela Comissão de Ética da Universidade Fernando Pessoa (aprovação n.º FCS/MED 447/23) a 30 de janeiro de 2024.

2.3. Fases em que se desenvolveu o projeto

Este projeto de investigação foi estruturado em diversas fases. A fase de Consultoria consistiu na avaliação de cada participante, abrangendo a Qualidade de Vida Relacionada com a Saúde Oral (QdVRSO) por meio do questionário Geriatric Oral Health Assessment Index (GOHAI), a prevalência de lesões de cáries utilizando o índice de CPO-D, índice de placa de O´Leary, e por fim a avaliação das práticas de higiene oral. Nesta fase, a recolha dos

dados foi realizada por um grupo de alunos da Universidade Fernando Pessoa de forma sistemática e seguindo os protocolos previamente estabelecidos.

A inclusão destes alunos no projeto proporcionou uma formação mais prática e alinhada às necessidades reais da sociedade. Esta abordagem não só melhora a qualidade da educação dos futuros médicos dentistas, mas também garante que os resultados do estudo possam servir como base para melhoria de práticas clínicas e curriculares na área de odontogeriatria.

A segunda fase do projeto, denominada fase de formação, será abordada numa outra dissertação do Mestrado Integrado em Medicina Dentária da Universidade Fernando Pessoa. Esta fase incluiu sessões de formação teórica, cujo principal objetivo foi transmitir conhecimentos fundamentais para a melhoria da higiene oral e capacitar os participantes a identificar patologias em fases iniciais, possibilitando uma intervenção preventiva. Assim, o propósito foi promover a literacia em SO entre os participantes, visando a melhoria da sua QdVRSO. As temáticas selecionadas foram a biologia do envelhecimento; as próteses dentárias: um problema ou uma solução; a gestão de lesões na cavidade oral; sinais de alerta em oncologia oral; exame da cavidade oral e motivação para a higiene oral.

Em ambas as visitas ao Centro Social e Paroquial de Nossa Senhora da Boavista (C.S.P.N.S.B) — tanto na fase de consultoria quanto na formação — foram fornecidos materiais essenciais para a higiene oral, incluindo escovas de dentes, pastas dentífricas, fixadores e escovas de desinfeção de próteses. Estes recursos foram cuidadosamente selecionados com o intuito de melhorar significativamente a higiene oral dos participantes e incentivar uma maior motivação para a manutenção de uma rotina regular de cuidados orais. O foco não se limitou apenas na distribuição dos materiais, mas também incluiu orientação prática e educacional, de modo a garantir a correta utilização e, assim, promover hábitos de higiene sustentáveis e eficazes.

2.4. **Amostra e critérios de inclusão e exclusão**

A amostra deste estudo foi constituída por 21 utentes do C.S.P.N.S.B. Para a seleção dos participantes, foram estipulados os seguintes critérios de inclusão e exclusão:

Inclusão: utentes (mulheres e homens) que frequentam instituições de acolhimento de idosos (teste piloto no C.S.P.N.S.B); utentes de ambos os sexos; utentes com idade superior a 65 anos; idosos de qualquer nacionalidade; idosos com consentimento informado assinado pelo próprio.

Exclusão: idosos não colaborantes, que impeça a recolha de dados e questionários incompletos.

2.5. **Instrumentos e procedimentos para a recolha de dados**

Nesta investigação foram utilizados quatro instrumentos principais para recolha de dados: GOHAI, índice CPO-D, índice de placa de O´Leary e práticas de higiene oral. Os dados foram recolhidos através da ficha de longevidade, onde consta o consentimento informado preenchido pelos participantes. As fichas foram entregues no formato de papel tendo sido necessário, em alguns utentes, ajuda no seu preenchimento.

Para a prevalência de cárie, foi utilizado o índice CPO-D, que mede o número de dentes cariados, perdidos e obturados por dente. Este índice fornece uma análise quantitativa das condições de SO.O índice de placa de O´Leary é um instrumento utilizado para avaliar a quantidade de placa bacteriana presente nos dentes. Este índice é indicado para avaliar a eficácia dos hábitos de higiene oral e identificar áreas que necessitam de melhorias nos cuidados.

Foram recolhidos das fichas de longevidade os hábitos de higiene oral da nossa amostra, onde se estudou o número de vezes por dia da escovagem, em que momentos, tipo de escova e cerdas e se faz uso do fio/fita dentário e colutório.

2.6. **Análise de dados**

Os dados recolhidos foram inseridos numa base de dados elaborada a partir do programa Excel® (Microsoft Office Profissional Plus 2021) e as análises estatísticas foram realizadas com recurso ao Software IBM SPSS Statistics vs. 29.0 (Statistical Package for the Social Sciences, IBM, USA), utilizando técnicas de análise descritiva e inferencial para identificar correlações significativas entre as variáveis.

As variáveis qualitativas foram descritas recorrendo a estatísticas de frequência e percentagem (n e %), enquanto as variáveis quantitativas foram descritas através da média (M), desvio-padrão (DP) e mediana (Md) (pela falta de normalidade das variáveis verificada através de teste de Kolmorov-Smirnov).

Para comparar o índice O´Leary e índice de CPO-D entre os indivíduos com e sem hábitos de higiene oral, foi aplicado o teste de Mann Whitney após constatar-se que a distribuição não era normal em ambos os grupos.

Para analisar a relação do índice de placa de O´Leary e índice de CPO-D, assim como a relação entre SO e QdV foi usada a correlação não paramétrica de Spearman, tendo em conta que as variáveis não apresentavam normalidade.

3. Resultados

A amostra do presente estudo foi constituída por 21 participantes, dos quais 61,90 % do sexo feminino (n=13) e 38,10 % do sexo masculino (n=8) com idades compreendidas entre os 70 e os 89 anos (M=79,57; DP±6,79).

Relativamente à residência, 85,70 % (n=18) viviam em meio urbano e 14,30 % (n=3) em meio rural. Quanto ao estado civil, o grupo com maior incidência foi o de viúvos, correspondendo a 47,60 % da amostra (n=10), seguido por casados, com 23,80 % (n=5), e solteiros e divorciados, cada um representando 14,30 % (n=3).

No que diz respeito ao nível de formação, cerca de 71,40 % (n=15) concluiu o ensino básico, 23,80 % (n=5) completaram o ensino secundário e 4,80 % (n=1) tinham formação superior (Tabela 1).

Tabela 1. Caracterização da amostra (n=21).

	N	***M***	***DP***	**Mínimo**	**Máximo**
Idade	21	79,57	6,79	70	89
		n		%	
Sexo					
Feminino		13		61,90	
Masculino		8		38,10	
Residência					
Urbano		18		85,70	
Suburbano		0		0	
Rural		3		14,30	
Estado Civil					
Solteiro		3		14,30	
Casado		5		23,80	
Viúvo		10		47,60	
Divorciado		3		14,30	

	N	*M*	*DP*	Mínimo	Máximo
Nível de Formação					
Básico		15		71,40	
Secundário		1		4,80	
Superior		5		23,80	

Fonte: Elaboração própria.

No que se refere a hábitos de higiene oral, 33,3 % (n=7) dos participantes relataram realizar escovagem dentária, enquanto 66,7 % (n=14) afirmaram não escovar os dentes. Ao considerar a frequência de escovagem dos sete que tem hábitos de higiene, 28,6 % escovam uma vez, 42,9 % (n=3) duas vezes e 14,3 % (n=1) escova três ou quatro vezes por dia.

Quanto aos momentos em que ocorre a escovagem, 14,3 % (n=1) escova os dentes apenas pela manhã, 14,3 % (n=1) escova apenas à noite, enquanto 42,9 % (n=3) realizam a escovagem tanto pela manhã quanto à noite. Em relação ao tipo de escova utilizada, 100 % (n=7) fazem uso de escova manual e nenhum participante relatou usar escova elétrica. Quanto ao tipo de cerdas, 14,3 % (n=1) utiliza cerdas macias, 71,4 % (n=5) usam cerdas médias e 14,3 % (n=1) utilizam escovas com cerdas duras. Apenas 14,2 % (n=3) relataram o uso do fio dentário, enquanto a maioria, 85,70%, não o utiliza. No que diz respeito ao uso de colutório, 33,3 % (n=7) dos utentes afirmam fazer uso, enquanto 66,7 % (n=14) não fazem utilizam (Tabela 2).

Tabela 2. Hábitos de higiene oral

	N	**n**	**%**
Escovagem			
Sim	21	7	33,3
Não		14	66,7
N.º vezes por dia			
1	7	2	28,6
2		3	42,9
3		1	14,3
4		1	14,3

	N	n	%
Em que momentos			
Manhã	7	1	14,3
Noite		1	14,3
Manhã e Noite		3	42,9
Manhã, Depois Almoço e Noite		1	14,3
Manhã, Almoço, Lanche e Noite		1	14,3
Tipo de escova			
Manual	7	7	100
Elétrica		0	
Tipo de Cerdas			
Macia	7	1	14,3
Média		5	71,4
Dura		1	14,3
Fio/ Fita Dentário			
Sim	21	3	14,2
Não		18	85,7
Colutório			
Sim	21	7	33.3
Não		14	66,7

Fonte: Elaboração própria.

O valor médio do índice CPO-D foi de 26,43 com um desvio-padrão (DP) de ±6,10, indicando uma variação significativa no número de dentes comprometidos entre os indivíduos com pontuações variando entre 13 e 32, refletindo uma alta prevalência de cáries e perdas dentárias na amostra (Tabela 3).

Tabela 3. Índice CPO-D.

	N	M	DP	Mínimo	Máximo
Índice CPO-D	21	26,43	6,10	13,00	32,00

Fonte: Elaboração própria.

A tabela 4 mostra que o valor médio do índice de placa de *O´Leary* foi de 64,93 (DP±33,23), indicando uma variação significativa na quantidade de superfícies dentárias com presença de placa entre os indivíduos, com

pontuações que variam entre 18 e 100, o que reflete uma alta prevalência elevada de placa bacteriana na amostra avaliada (Tabela 4).

Tabela 4. Índice de placa de O´Leary.

	N	M	DP	Mínimo	Máximo
Índice de placa de *O´Leary*	21	64,93	33,23	18,00	100,0

Fonte: Elaboração própria.

O valor médio do IMC entre os participantes foi de 25,63, com um (DP±4,87), o que indica uma variação considerável na distribuição dos valores de IMC. O menor IMC registado na amostra foi de 14,01, enquanto o maior valor foi de 33,49. Esses números sugerem que os indivíduos variam desde a condição de baixo peso até a obesidade, com a média geral situando-se na faixa de sobrepeso (Tabela 5).

Tabela 5. Índice de Massa Corporal.

	M	DP	Mínimo	Máximo
IMC	25,63	4,87	14,01	33,49

Fonte: Elaboração própria.

A tabela 6 apresenta dados sobre o participante que utiliza próteses dentárias, abrangendo os anos de utilização, o tipo de prótese dentária e a adaptação das mesmas. Em relação à utilização de próteses dentárias, a maioria dos utentes 61,90 % (n=13) utiliza algum tipo de prótese, enquanto 38,10 % (n=8) não fazem uso de próteses. A análise dos anos de uso das próteses dentárias revela que 7,70 % (n=1) utiliza a prótese há 6 meses, 15,40 % (n=2) há 1 ano, 7,70 % (n=1) há 2 anos, e a maioria, composta 69,20 % (n=9), utiliza as próteses há mais de 3 anos. Quanto ao tipo de próteses utilizadas, a maioria, 69,20 % (n=9), utiliza próteses parciais, enquanto 30,80 % (n=4) usam próteses totais. No que se refere à adaptação das próteses, 53,80 % (n=7) relatam que as próteses estão adaptadas corretamente, enquanto 46,20 % (n=6) indicaram que as próteses se encontram desadaptadas. Este dado é relevante, pois a desadaptação das próteses pode causar desconforto e dificultar funções essenciais, como mastigação e fala, além de gerar insatisfação com o uso das mesmas.

Tabela 6. Fatores relacionados com as próteses dentárias.

	N	*n*	%
Utilização de prótese dentária			
Utilizador	21	13	61,90
Não utilizador		8	38,10
Anos de uso			
Há 6 meses	13	1	7,70
Há 1 ano		2	15,40
Há 2 anos		1	7,70
Há mais de 3 anos		9	69,20
Tipo de prótese dentária			
Prótese Parcial	13	9	69,20
Prótese Total		4	30,80
Adaptação			
Adaptada	13	7	53,80
Desadaptada		6	46,20

Fonte: Elaboração própria.

A tabela 7 apresenta uma análise das dimensões do índice GOHAI de 21 participantes. As dimensões são avaliadas por meio de quatro parâmetros: M, DP, valor mínimo e valor máximo, oferecendo uma visão detalhada da perceção de SO dos indivíduos avaliados. A média da dimensão funcional é de 8,81, (DP±1,29), sugerindo que, em geral, os participantes apresentaram um desempenho moderadamente positivo em aspetos funcionais da SO, como a capacidade de comer e de falar. A variação de respostas é moderada, com valores que vão de 7,00 a 11,00, indicando que, enquanto alguns indivíduos enfrentaram dificuldades funcionais, outros relataram bom funcionamento sem limitações significativas. Na dimensão psicológica, que avalia questões como autoestima e sentimentos de ansiedade associados à SO, a média registada foi de 7,19 (DP±0,75). Esses dados sugerem uma perceção relativamente estável e positiva dos aspetos psicológicos, e a menor variação indica que a maioria dos participantes teve uma experiência semelhante, com valores que variam entre 6,00 e 8,00. Embora alguns indivíduos possam ter tido uma perceção mais negativa, a maioria parece não ter enfrentado grandes problemas psicológicos relacionados com a sua SO. A dimensão de desconforto apresentou uma média de 9,00 (DP±1,05)

e esta média elevada sugere que o desconforto é uma questão significativa entre os participantes, variando entre 8,00 e 12,00.

O índice total de GOHAI apresentou uma média de 25,00 com um DP de 2,12, variando de 22,00 a 31,00. De acordo com a escala de classificação, estes resultados indicam uma perceção baixa da SO, sugerindo que esta tem um impacto significativo no bem-estar geral dos participantes.

Tabela 7. Distribuição das pontuações nas dimensões do Geriatric Oral Health Assessment Index (n=21).

	M	***DP***	**Mínimo**	**Máximo**
Dimensões GOHAI				
Funcional	8,81	1,29	7,00	11,00
Psicológica	7,19	0,75	6,00	8,00
Desconforto	9,00	1,05	8,00	12,00
GOHAI total	25,00	2,12	22,00	31,00

Fonte: Elaboração própria.

Constatou-se que idosos com piores condições de SO relataram impactos negativos mais pronunciados na QDVRSO, especialmente em termos de dor física, desconforto psicológico e incapacidade social. Os resultados demonstraram que o uso inadequado de próteses dentárias está associado a uma pior QdVRSO, mais marcante na dimensão funcional e na dimensão psicológica e que um nível mais elevado de literacia em SO promove práticas de prevenção mais eficazes.

Sendo a decisão clínica em SO um processo complexo e multifacetado, torna-se ainda mais desafiante em odontogeriatria. Integrar a voz do paciente geriátrico na decisão, revela-se uma pedra basilar na prestação de cuidados de qualidade. Os programas de extensão comunitaria em SO podem ter uma importante contibuição nesta temática.

4. Referências

American Dental Association. (2024). Oral Health Topics: Caries/Cavities.

Azami-Aghdash, S., Ghojazadeh, M., & Mohseni, M. (2021). The relationship between oral health and general health: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Clinical Periodontology*, 48(2), 267-279.

Bellia, G., Lo Castro, E., Vitale, A. M., Lo Giudice, R., Minutoli, F., & Risitano, G.

(2023). Oral health in institutionalized elderly patients: a systematic review. *Journal of Oral Health and Community Dentistry*, 17(1), 1-8.

Berard, E., & Zho, W. (2024). Edentulism. StatPearls Publishing.

Chan, C. Y., Witter, D. J., & Creugers, N. H. J. (2023). Masticatory function and nutritional status in older adults: A systematic review. *Journal of Oral Rehabilitation*, 50(1), 60-72.

Chau, J. P. C., Lee, D. T. F., Lee, I. O. W., Chang, A. M., & Chung, R. Y. N. (2023). Effectiveness of oral health promotion interventions for older adults: A systematic review. *Gerodontology*, 40(1), 3-17.

Dahlen, G., Basic, A., & L. (2020). Oral health and systemic diseases: An overview. *Journal of Oral Microbiology*, 12(1), 1-10.

Di Spirito, A. (2022). Oral Health for the Older Adult. Springer.

Ebrahimi, A., & Farokhi, M. (2022). The effect of oral health education programs on oral hygiene status of older adults: A systematic review and meta-analysis. *Gerodontology*, 39(4), 317-328.

Fabíola Díaz-García, A. R., et al. (2022). Health literacy in older adults: A scoping review. *Frontiers in Public Health*.

Fontana, M. (2018). Caries Management: An Evidence-Based Approach. *Dental Clinics of North America*, 62(2), 295-306.

Gil-Montoya, J. A. (2015). Oral health and nutrition in older people: a systematic review. *Journal of the American Geriatrics Society*, 63(6), 1184-1191.

Guimarães, M.I. (2025). Promoção da Saúde Oral na População Geriátrica: Um Projeto de Intervenção Comunitária. (2025). *RIAGE - Revista Ibero-Americana De Gerontologia*, *7*(7), 137-146. https://doi.org/10.61415/riage.361

Janto, A. (2022). The impact of an oral health intervention on self-perceived oral health, general health, and well-being in older adults: A randomized controlled trial. *Community Dentistry and Oral Epidemiology*, 50(5), 452-460.

Kailembo, S. (2016). Global burden of edentulism and its association with socioeconomic status: A systematic review. *Journal of Dentistry*, 47, 1-10.

Kenny, P. (2021). The link between oral health and systemic diseases: A narrative review. *Journal of Dentistry*, 115, 103855.

Nations, U. (2019). World Population Prospects 2019: Highlights. United Nations.

Organização Mundial de Saúde. (2015). World report on ageing and health. WHO.

— (2023). Oral Health.

Presidência do Conselho de Ministros. (2024). Portugal à frente no envelhecimento demográfico.

Sen, P. (2020). Root caries: A review of etiology, diagnosis, and management. *Journal of Clinical Dentistry*, 31(3), 85-91.

Silva, J. (2023). Envelhecimento com qualidade de vida: Desafios e perspectivas.

Silveira, A., Monteiro, E., & Sequeira, T. (2020). Head and neck cancer, pre-

cision medicine and health related quality of life: the patient is the keystone. *Journal of Head & Neck Spine Surgery*, *4*(2), 555632. https://doi.org/10.19080/JHNSS.2020.04.555632

Silveira, A., Lopes Ferreira, P., Vieira, M., Andrade, S., Mancelos, C., & Sequeira, T. (2023). Health Literacy and Oral Oncology study on the HPV Risk Factor in a Portuguese University. *Journal of Oncology Research and Therapy*, *8*, 10173.

Silveira, A., Sequeira, T., Gonçalves, J., & Lopes Ferreira, P. (2022). Patient reported outcomes in oncology: changing perspectives-a systematic review. *Health and Quality of Life Outcomes*, *20*(1), 82.

Van der Linden, A., & Schermer, M. (2024). The problematic concept of normality in health. *Journal of Medical Ethics*, 50(1), 47-52.

Wong, H. M. (2019). The impact of oral health on quality of life in older people: A systematic review and meta-analysis. *Journal of the American Geriatrics Society*, 67(11), 2374-2382.

RACIONALIDAD Y CAOS. UN ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE COCO CHANEL Y «ALICIA EN EL PAÍS DE LAS MARAVILLAS» DESDE LA PERSPECTIVA DE LA IDENTIDAD FEMENINA

Laura Sordo Ibáñez
Universidad Europea Miguel de Cervantes

1. Introducción

La identidad femenina ha sido ampliamente abordada desde distintas disciplinas sociales y culturales. Este artículo explora dos paradigmas culturales que, a primera vista, parecen antitéticos, la racionalidad y funcionalidad intrínsecas a la obra de Coco Chanel y el caos y la fantasía representados por «Alicia en el País de las Maravillas» de Lewis Carroll. Ambos universos, a pesar de sus diferencias estilísticas y conceptuales, ofrecen caminos singulares hacia la emancipación y la transformación de la mujer, mostrando cómo la identidad puede configurarse tanto desde el orden y la lógica como desde el absurdo y la mutabilidad constante.

Por otro lado, la narrativa de Lewis Carroll, aunque cronológicamente anterior, ofrece una metáfora atemporal de la búsqueda de la identidad a través de la desorientación y el autodescubrimiento en un mundo que constantemente desafía las normas establecidas. El viaje onírico de Alicia por el País de las Maravillas se presenta como una alegoría de la exploración psicológica y la construcción identitaria a través del caos y la transformación constante.

Este análisis comparativo busca profundizar en cómo Chanel, a través de una «construcción racional» de la identidad, y Alicia, mediante la «deconstrucción y el cambio constante», exploran diferentes dimensiones de la libertad y la búsqueda de sí misma. Al yuxtaponer la concreción pragmática de la moda de Chanel con la abstracción onírica del universo de Alicia, se pretende ofrecer una comprensión más rica y matizada de la versatilidad de la identidad femenina en la cultura moderna y contemporánea.

La moda, según Roland Barthes, funciona como un sistema de signos que comunica mensajes sobre identidad, estatus y pertenencia social. En el contexto de la obra de Chanel, la moda trasciende su función ornamental para convertirse en un instrumento de liberación y autoafirmación. La simplificación del vestuario femenino no solo representó una innovación estética, sino una declaración política sobre la autonomía y funcionalidad de la mujer moderna.

La literatura fantástica, particularmente la obra de Carroll, opera como un laboratorio de experimentación psicológica donde las estructuras convencionales de realidad se desestabilizan para permitir nuevas formas de autoconocimiento. Jacques Lacan y su teoría del inconsciente estructurado como lenguaje proporcionan un marco para comprender cómo el sinsentido aparente de Wonderland revela lógicas subyacentes del psiquismo humano.

2. Metodología

Para llevar a cabo este análisis comparativo, se empleó una metodología cualitativa de carácter interpretativo y hermenéutico. La investigación se fundamentó en una revisión exhaustiva de literatura académica especializada, ensayos críticos, fuentes visuales y documentos históricos relacionados tanto con la figura de Coco Chanel como con la obra «Alicia en el País de las Maravillas» de Lewis Carroll.

El diseño metodológico se estructuró en tres fases principales:

1. Fase de documentación y análisis textual. Se realizó una revisión sistemática de fuentes primarias y secundarias, incluyendo biografías de Chanel, análisis críticos de la obra de Carroll, estudios sobre moda y género, y teorías sobre construcción identitaria.
2. Fase de análisis comparativo. Se identificaron y categorizaron elementos simbólicos, conceptuales y estéticos de cada universo, estableciendo criterios de comparación basados en las dimensiones de racionalidad/caos, orden/transformación, y construcción/deconstrucción identitaria.
3. Fase de síntesis interpretativa Se desarrolló una interpretación integrada que identificara convergencias, contrastes y complementariedades entre ambos paradigmas en relación con la identidad femenina.

La selección de elementos simbólicos y conceptuales de cada universo se realizó con el propósito específico de identificar convergencias y contrastes

significativos en la representación y construcción de la identidad femenina. Se priorizaron aquellos aspectos que permitieran un diálogo productivo entre las propuestas estéticas y funcionales de Chanel y las experiencias de transformación y autodefinición de Alicia.

Se adoptó un enfoque interdisciplinario que integró perspectivas de la teoría de la moda, los estudios literarios, la psicología, la sociología y la teoría arquitectónica. Esta aproximación multidimensional permitió establecer paralelismos entre los principios del diseño de moda, los fenómenos oníricos, el simbolismo espacial y las teorías sobre construcción identitaria, enriqueciendo así la discusión sobre la identidad femenina desde múltiples ángulos analíticos.

3. Resultados

La comparación entre Coco Chanel y «Alicia en el País de las Maravillas» muestra dos enfoques distintivos, pero complementarios, sobre la identidad femenina y su proceso de emancipación. Mientras Chanel encarna la racionalidad como un medio tangible para la liberación, Alicia representa el caos y la transformación como vías alternativas hacia la autodefinición y el autodescubrimiento.

3.1. La racionalidad como principio de la identidad femenina. El legado de Coco Chanel

Coco Chanel emerge como un ícono paradigmático de la moda que simbolizó una auténtica revolución en la conceptualización de la identidad femenina del siglo xx. Su legado se fundamenta en tres pilares fundamentales: la racionalidad, la funcionalidad y la simplicidad estética. Su visión innovadora buscaba liberar a la mujer de las ataduras físicas y simbólicas de la vestimenta tradicional, ofreciéndole prendas cómodas y prácticas que reflejaran y potenciaran su creciente autonomía social y profesional.

3.1.1. *La mujer y la sociedad de los años veinte*

La primera mitad del siglo xx, particularmente los «locos años veinte», fue una época de profundos cambios sociales que redefinieron el rol de la mujer en la sociedad occidental. Este período histórico marcó una transición fundamental desde concepciones tradicionales hacia una mayor autonomía femenina, impulsando un deseo colectivo de libertad y autoexpresión que tras-

cendía los límites del ámbito doméstico. En este contexto de transformación social, Coco Chanel emergió como una figura revolucionaria, no solo en el ámbito de la moda, sino también en la percepción social de la mujer moderna.

La década de los años veinte constituyó un punto de inflexión histórico para el papel de la mujer en la sociedad occidental, caracterizada por una «prosperidad y permisividad» social que emergió como respuesta a los traumas y transformaciones de la Primera Guerra Mundial. Este período post-bélico catalizó un cambio profundo en las aspiraciones femeninas, las mujeres buscaron activamente la libertad, manifestando un deseo explícito de «salir fuera de la casa, exhibirse» en el espacio público previamente dominado por los hombres.

Esta transformación social llevó a las mujeres a adoptar roles y comportamientos antes exclusivamente reservados al género masculino, incluyendo su masiva incorporación al mundo laboral, la participación en actividades deportivas y el ejercicio de nuevas formas de sociabilidad. La moda de la época reflejó fielmente esta aspiración emancipatoria, manifestándose en una marcada tendencia hacia la «igualación de ambos sexos» a través de estilos como el garçonne francés o el flapper anglosajón.

Estos nuevos estilos se caracterizaron por elementos distintivos como el pelo corto, la disimulación deliberada del busto y la cintura, y la adopción de siluetas más andróginas que desafiaban los cánones tradicionales de feminidad. Coco Chanel, posicionándose como una auténtica «rebelde» del establishment fashion, supo interpretar y catalizar estas necesidades emergentes con una perspicacia extraordinaria, identificando en la crisis social y económica de la guerra una oportunidad histórica para proponer un nuevo paradigma estético femenino.

3.1.2. *Chanel, funcionalidad y liberación*

Chanel demostró ser una «visionaria» que comprendió intuitivamente las necesidades profundas de las mujeres de su tiempo, transformando estas intuiciones en un estilo de moda perdurable que trascendió las modas pasajeras. Su enfoque revolucionario se centró decididamente en la funcionalidad y la comodidad, principios que la llevaron a eliminar sistemáticamente «elementos superfluos e innecesarios» como los corsés restrictivos, las enaguas voluminosas y la ropa excesivamente estrecha que limitaba el movimiento corporal.

En lugar de estos elementos tradicionales, Chanel introdujo líneas rectas y una simplicidad geométrica que revolucionó la silueta femenina. Utilizó materiales innovadores como el jersey, tradicionalmente reservado para la ropa interior masculina, para crear conjuntos sueltos y holgados que ofrecían una libertad de movimiento sin precedentes en la moda femenina de la época.

Para Chanel, la elegancia auténtica residía fundamentalmente en la libertad de movimiento y la practicidad funcional, facilitando que la mujer moderna pudiera participar activamente en nuevas actividades como manejar automóviles, practicar deportes o desempeñarse eficientemente en el mundo laboral. Esta propuesta estética no se dirigía exclusivamente a una élite económica, sino que buscaba democratizar el lujo dirigiéndose a miles de mujeres para su uso cotidiano, democratizando el acceso a la elegancia a través de la producción masiva sin sacrificar la calidad constructiva.

El éxito extraordinario de su estilo radicó en su capacidad excepcional para responder a las «necesidades del momento» histórico, ofreciendo una moda «simple y funcional» que representaba simbólicamente la independencia económica y la igualdad social que las mujeres estaban conquistando progresivamente.

3.1.3. *Estética y atemporalidad*

El estilo de Chanel se distinguió por su estética minimalista y su carácter atemporal, estableciendo una ruptura deliberada con las tendencias efímeras y la obsolescencia programada que caracterizaba la moda tradicional. Su paleta cromática se fundamentó estratégicamente en el blanco y el negro, marcando una ruptura radical con los tonos más vibrantes y ornamentales de la época victoriana y eduardiana.

Esta elección cromática revolucionaria convirtió el negro en un color de belleza absoluta y armonía perfecta, legitimándolo para el uso diario femenino cuando tradicionalmente se reservaba para el luto o las ocasiones solemnes. Esta decisión estética, junto con su énfasis constante en la sobriedad y la comodidad, se alineó perfectamente con los principios emergentes del modernismo en el arte y la arquitectura.

Los principios estéticos de Chanel resonaron con movimientos artísticos contemporáneos que adoptaban premisas como «menos es más» de Mies van der Rohe y «la forma sigue a la función» de Louis Sullivan. Un ejemplo paradigmático de esta filosofía es el diseño icónico del frasco de su perfume

Chanel número cinco, un bote de cristal transparente, de proporciones casi cuadradas, que priorizaba la importancia del contenido sobre el ornamento superfluo, anticipando los principios del diseño industrial moderno.

Sus diseños más icónicos, como el traje chaqueta de tweed, el vestido negro corto y los zapatos bicolor, se convirtieron en un sello de distinción que perdura hasta la actualidad, demostrando la validez de su apuesta por la atemporalidad frente a la moda estacional. Este estilo se refleja en la (Figura 1) así como su comparativa con la arquitectura.



Figura 1. Estilo y elementos característicos de Coco Chanel.
Fuente: Elaboración propia. (2025)

3.2. **El caos y la transformación en la búsqueda de la identidad. Alicia en el País de las Maravillas**

El mundo narrativo de «Alicia en el País de las Maravillas» constituye una inmersión completa en el caos aparente, la fantasía desbordante y la transformación constante, elementos que, paradójicamente, se convierten en herramientas esenciales para la autodefinición y el descubrimiento progresivo de la identidad personal (Figura 2). La historia de Alicia se estructura como un viaje de iniciación a un mundo nuevo, donde las reglas convencionales de la lógica, la física y el comportamiento social no solamente no aplican, sino que se invierten sistemáticamente.



Figura 2. Viaje de Alicia a un nuevo mundo.
Fuente: Elaboración propia. (2025).

3.2.1. *El viaje onírico y la pérdida de coordenadas*

La narrativa se inicia con la involuntaria caída en el vacío de Alicia por la madriguera del Conejo Blanco, un evento que trasciende su dimensión meramente física para convertirse en una metáfora profunda del proceso de transformación identitaria. Esta madriguera no funciona simplemente como un pasaje geográfico, sino como un cambio de una realidad a otra, de una percepción realista de las cosas a una surrealista», estableciendo los parámetros de un universo donde las leyes habituales de la experiencia se suspenden.

La madriguera representa simbólicamente un movimiento vertical en el que toda ensoñación es posible, un descenso literal y metafórico hacia las profundidades del inconsciente donde se albergan las posibilidades latentes de transformación personal. En este mundo onírico lleno de imaginación, Alicia experimenta una desorientación fundamental y pierde la noción de nuestras coordenadas espaciales, temporales y lógicas habituales.

A pesar del aparente desorden que caracteriza este nuevo entorno, la experiencia puede volverse lógica y coherente bajo sus propias reglas internas, que aunque difieren radicalmente de las convenciones del mundo vigilia, mantienen una consistencia interna que permite la navegación y el aprendizaje. El sueño, para Lewis Carroll, actúa como un marco ordenador que justifica y contextualiza el aparente caos de las aventuras de Alicia, proporcionando una estructura narrativa que permite la exploración sistemática de nuevas posibilidades identitarias.

Esta experiencia onírica y de pérdida de control consciente invita fundamentalmente a descender al fondo de uno mismo, a explorar la propia personalidad en sus dimensiones más profundas y menos convencionales, liberando potencialidades que permanecen dormidas en la experiencia cotidiana.

3.2.2. *Paradoja y sinsentido como herramientas narrativas*

Lewis Carroll utiliza estratégicamente la paradoja y el sinsentido como elementos narrativos fundamentales, llevando al lector hacia una realidad alternativa donde las cosas son distintas, pero más lógicas de lo que pensamos inicialmente. Esta técnica literaria desestabiliza sistemáticamente las expectativas convencionales para revelar lógicas alternativas que operan según principios diferentes, pero igualmente válidos.

Ejemplos paradigmáticos como «mermelada ayer y mañana, pero nunca de hoy» o la pregunta aparentemente absurda «¿se comen los murciélagos a los gatos?» ilustran brillantemente cómo Carroll destruye el sentido común de las cosas, trastoca la realidad establecida para abrir espacios de reflexión sobre la arbitrariedad de muchas convenciones sociales y lógicas que damos por naturales.

A pesar del carácter aparentemente onírico y absurdo de estas construcciones, un análisis detallado revela una lógica subyacente coherente en el aparente sinsentido, una racionalidad alternativa que opera según principios diferentes pero sistemáticos. Esta estrategia literaria puede trasladarse conceptualmente a otros ámbitos creativos, incluyendo la arquitectura, utilizando elementos familiares fuera de sus condiciones habituales para conseguir un desplazamiento de la realidad que despierte diversas sensaciones y reflexiones en el espectador.

La paradoja permite fundamentalmente que lo ordinario parezca extraordinario, revelando dimensiones ocultas de la experiencia cotidiana y abriendo posibilidades para nuevas formas de percepción y comprensión del mundo.

3.2.3. *La transformación corporal y psíquica*

La metamorfosis constituye un tema recurrente y central en el relato de Alicia, manifestándose tanto en dimensiones físicas como psicológicas. La protagonista experimenta cambios corporales y psíquicos desconcertantes que la llevan a cuestionar sistemáticamente su propia identidad, alterando su tamaño físico, su voz, su perspectiva visual y, fundamentalmente, su percepción de sí misma.

Alicia pasa constantemente de ser demasiado grande a demasiado pequeña, experimentando fluctuaciones extremas que se convierten en su principal problema práctico y existencial. Estas transformaciones resultan desconcertantes inicialmente, generando ansiedad y confusión, pero gradualmente Alicia aprende a manejar esos cambios desarrollando una flexibilidad adaptativa que le permite navegar exitosamente por las exigencias cambiantes de su entorno.

Este continuo proceso de crecer y menguar constituye una manifestación poderosa de cómo la identidad se redefine constantemente a través de la mutación y la adaptación a nuevas realidades, sugiriendo que la identidad no es una entidad fija sino un proceso dinámico de constante reconfiguración. La Oruga, como personaje simbólico que acepta naturalmente su metamorfosis de larva a mariposa, simboliza este ciclo natural de cambio como parte inherente e inevitable de la vida y el desarrollo personal.

3.2.4. *El laberinto y la exploración del insconciente*

El País de las Maravillas puede interpretarse legítimamente como un laberinto psicológico y espacial, un lugar donde Alicia no busca una salida convencional, sino que simplemente lo recorre con curiosidad y apertura experiencial. En este laberinto particular, la desorientación no constituye un obstáculo a superar, sino parte integral de la aventura y el proceso de descubrimiento.

A diferencia del laberinto clásico, diseñado específicamente para encerrar y confundir a sus visitantes, este espacio fantástico invita activamente a la exploración y al peregrinar por un país imaginario donde cada encuentro aporta nuevas perspectivas sobre la identidad y la realidad. El laberinto simboliza el acceso a un misterioso mundo del inconsciente colectivo, un espacio psíquico que incita a la acción y facilita un recorrido emocional transformador.

La idea arquitectónica y psicológica de laberinto, donde uno puede perder deliberadamente la orientación habitual o donde el adelante se con-

funde con el atrás' resulta central para la experiencia de Alicia y su proceso gradual de autodescubrimiento, sugiriendo que la pérdida temporal de certezas puede ser productiva para el crecimiento personal.

3.3. **Convergencias y contrastes. La identidad femenina entre la racionalidad y el caos**

El análisis comparativo detallado de Coco Chanel y Alicia en el País de las Maravillas revela un diálogo fascinante entre dos paradigmas fundamentales de la identidad femenina, uno sólidamente anclado en la racionalidad y la tangibilidad práctica, y otro fundamentado en el caos creativo y la subjetividad experimental. Ambas figuras, a pesar de sus métodos y contextos radicalmente distintos, convergen sorprendentemente en la promoción activa de la emancipación y la libertad femenina, redefiniendo el papel tradicional de la mujer tanto en la sociedad como en su propia autopercepción.

3.3.1. ***Paradigmas complementarios de la liberación***

Coco Chanel, con su pragmatismo característico y su visión innovadora de la moda como arquitectura en movimiento, ofreció a las mujeres de su época una forma de liberación tangible y práctica a través de la comodidad y la funcionalidad en la vestimenta. Su construcción racional de la identidad femenina se fundamentó en la adaptación inteligente a una vida moderna y autónoma, donde la mujer se incorporaba masivamente al mundo laboral y se proyectaba con confianza en el espacio público.

Chanel personificó ejemplarmente la nueva mujer del siglo xx, joven, económicamente independiente, trabajadora y autónoma, demostrando prácticamente que la elegancia auténtica reside en la discreción y la practicidad más que en la ostentación ornamental. Su enfoque estético atemporal y minimalista representaba una forma de orden y coherencia que empoderaba efectivamente a la mujer en un mundo cambiante, proporcionándole herramientas concretas para navegar las nuevas exigencias sociales y profesionales.

En contraste complementario, Alicia representa una emancipación más onírica y psicológica, donde la identidad se forja gradualmente a través de la deconstrucción sistemática de certezas y el cambio constante de perspectivas. Su viaje por el País de las Maravillas, ese mundo onírico lleno de imaginación, la somete a transformaciones corporales y psíquicas que la fuerzan a

cuestionar continuamente «¿Quién soy yo?», una pregunta fundamental que desestabiliza las identidades fijas. Este caos controlado del sueño y el uso sistemático de la paradoja y el sinsentido se convierten en herramientas sofisticadas para la autodefinición, invitando a descender al fondo de uno mismo.

Las convergencias entre ambas, a pesar de sus diferencias fundamentales, son notables. Ambas figuras desafían las normas establecidas de su tiempo y abren caminos para la autoexpresión femenina. Visualmente, comparten una cierta sencillez en el vestuario, el vestido negro de Chanel, la simplicidad del vestido de Alicia, y el uso de accesorios icónicos como símbolos de identidad, las joyas falsas de Chanel, los objetos que Alicia encuentra en su caída. Ambas exploran la relación entre el cuerpo y el espacio, Chanel al vestir el cuerpo para la exhibición pública y el movimiento, y Alicia al transformar su cuerpo para adaptarse a un entorno cambiante, desafiando las proporciones y las leyes de la física.

Además, en ambos universos se observa una forma de caos controlado. Mientras Chanel llevó la moda a un minimalismo que, a pesar de su sencillez, estaba meticulosamente diseñado para la funcionalidad y la elegancia, el mundo de Alicia, aunque caótico, posee una lógica interna que permite la ensoñación y la exploración. La arquitectura misma, como disciplina, también refleja esta dualidad, con ejemplos que abrazan el orden estricto y la geometría, y otros que exploran la perturbación del orden, la fluidez y la inmaterialidad, todos ellos como formas de expresión y creación de nuevas realidades. La idea de que la identidad femenina puede ser tan sólida y funcional como las creaciones de Chanel, o tan fluida y transformadora como el viaje de Alicia, enriquece la comprensión de la libertad y la complejidad de la mujer en la cultura contemporánea.

4. Conclusiones

El análisis comparativo entre Coco Chanel y «Alicia en el País de las Maravillas» desde la perspectiva de la identidad femenina nos ha permitido desentrañar dos vías fundamentales para la emancipación y el autodescubrimiento de la mujer.

Por un lado, Coco Chanel, con su racionalidad, funcionalidad y minimalismo, demostró que la liberación femenina podía ser un proceso tangible, arraigado en la comodidad, la practicidad y la redefinición del papel de la mujer en la esfera pública y laboral. Su moda no fue solo estética, sino un

acto de empoderamiento que dotó a las mujeres de una nueva autonomía, una segunda piel que les permitía moverse libremente y proyectar una imagen de independencia. Su legado se inscribe en el orden y la lógica, ofreciendo una construcción sólida y atemporal de la identidad.



Figura 3. Comparativa entre la figura de Coco Chanel y Alicia en el Pais de las Maravillas.
Fuente: Elaboración propia. (2025).

Por otro lado, Alicia, a través de su inmersión en el caos, la fantasía y la transformación onírica, ilustra una vía más subjetiva y psicológica hacia la identidad. Su viaje, marcado por constantes cambios de tamaño y una lógica trastocada, la obliga a cuestionar su propia existencia y a redefinirse en un mundo donde lo absurdo es la norma. Este proceso de desorientación y adaptación revela la resiliencia y la capacidad de la mujer para encontrar sentido y autodefinición incluso en las circunstancias más ilógicas y desafiantes. La experiencia de Alicia es un eco de cómo la identidad femenina puede ser fluida, adaptativa y construida a partir de la exploración de lo desconocido y la aceptación de la mutabilidad.

Las convergencias entre ambas figuras radican en su capacidad para inspirar la libertad y la autoafirmación de la mujer, cada una a su manera.

Esta idera se refleja en la (Figura 3). Ambas desafiaron las convenciones de sus respectivos tiempos y propusieron nuevas formas de ser y de percibirse. El rigor y la simplicidad de Chanel, equiparables a la arquitectura modernista, y el laberinto de transformaciones de Alicia, con sus paralelismos en las arquitecturas que juegan con la escala, la gravedad o los límites difusos, demuestran que tanto el orden como el desorden, la racionalidad y el caos, son herramientas poderosas para la construcción de la identidad.

En última instancia, este análisis subraya que la identidad femenina no se limita a un único patrón, sino que es un tapiz tejido con hilos de coherencia y contradicción. La dialéctica entre la racionalidad y el caos, encarnada por Chanel y Alicia, enriquece nuestra comprensión de la complejidad de la mujer moderna, invitándonos a repensar su papel y a valorar la diversidad de caminos hacia su plena realización y emancipación. Ambas figuras perduran como referentes que nos animan a buscar nuevas formas de expresión y representación, demostrando que la identidad es un proceso dinámico de constante (re)construcción.

5. Referencias

Barthes, R. (1967). *El sistema de la moda*. México: Siglo XXI.

Blaser, W. (1987). *Mies van der Rohe: El arte de la estructura*. Gustavo Gili.

Carroll, L. (2000). *Aventuras subterráneas de Alicia*. José J. de Olañeta.

— (2006). *Alicia en el País de las Maravillas*. Alianza.

Colombani, R. (2001). *Bellas indomables: mujeres con grandes destinos*. Narcea.

Colquhoun, A. (2005). *La arquitectura moderna: una historia desapasionada*. Gustavo Gili.

Díaz Sánchez, J., Cerrillo, L., Wert, J. P., Lavagne, J. G., Mila, M. Á., & Díez de Baldeón, A. (2013). *Arte, diseño y moda. Confluencia en el sistema artístico*. Universidad de Castilla La Mancha.

Fernández, A. (2019). *Coco Chanel: La revolución silenciosa de la moda*. Ediciones Cátedra.

Lacan, J. (1966). *Escritos 1: El estadio del espejo*. Siglo XXI.

Mir Balmaceda, M. J. (1995). *La moda femenina en el París de entreguerras: las diseñadoras Coco Chanel y Elsa Schiaparelli*. Ediciones Internacionales Universitarias.

Orozco Vargas, C. (2005). *Coco Chanel, una mujer salida del molde*. Panamericana Editorial.

Salazar, C. Q., Álvarez, J. S., & Rodríguez, D. S. (2010). Alicia en el país de las maravillas: Un cuento y tres lecturas. *Wimb lu*, *5*(1), 39-47.

Zevi, B. (1980). *Espacios de la arquitectura moderna*. Poseidón.

LAS POLÍTICAS DE EDUCACIÓN INCLUSIVA Y DE ATENCIÓN A LAS MINORÍAS EN LAS AULAS ESPAÑOLAS: UN RECORRIDO HISTÓRICO Y NORMATIVO HASTA LA ACTUALIDAD

María José Vicente Vicente
Universidad de Castilla-La Mancha

1. Introducción

La educación inclusiva y la atención a las minorías en las aulas son pilares esenciales para la construcción de sociedades más equitativas y cohesionadas. Este tema trasciende el ámbito pedagógico, al integrar aspectos sociales, culturales y políticos, buscando garantizar el acceso, la participación y el aprendizaje de todo el alumnado, independientemente de sus características, condiciones o contextos. Reflexionar sobre cómo se han aplicado estas políticas en el sistema educativo español resulta imprescindible, especialmente al considerar su evolución y los retos que enfrentan. En este sentido, surgen preguntas clave: ¿cómo han evolucionado las políticas de educación inclusiva en España?, ¿cuáles han sido los logros alcanzados y los principales desafíos identificados? Responder a estas cuestiones no solo permite comprender el estado actual de la educación inclusiva, sino que también proporciona herramientas para orientar estrategias futuras hacia una mayor equidad y justicia educativa.

El presente trabajo se propone analizar la trayectoria histórica y normativa de la educación inclusiva y la atención a las minorías en España desde 1970 hasta el presente, considerando cómo estos desarrollos se han vinculado con los cambios sociales y políticos ocurridos en el país. Además, se examinan las dinámicas de inclusión y exclusión que persisten en el sistema educativo, con un enfoque en la diversidad del alumnado marcada por la discapacidad, la inmigración, las desigualdades socioeconómicas y las dife-

rencias culturales (Barton, 2011, p. 63). El objetivo principal es doble: por un lado, ofrecer un análisis histórico y normativo profundo de las políticas educativas en relación con la inclusión; por otro, identificar con precisión los desafíos actuales y los logros obtenidos en su implementación. Con ello, se busca aportar un marco de referencia útil para académicos, responsables políticos y profesionales del sector educativo interesados en reflexionar sobre las prácticas existentes y diseñar propuestas de mejora.

La educación inclusiva en España ha evolucionado a lo largo de las últimas décadas, marcada por una serie de hitos normativos y cambios significativos en las políticas educativas. Desde la primera normativa que abordó la educación especial en 1970 hasta las regulaciones contemporáneas, se exploran los avances y las limitaciones en la implementación de modelos inclusivos. Este análisis contempla la evolución histórica, así como el desarrollo legislativo y las políticas que han configurado el actual panorama educativo, reflejando la lucha por alcanzar una equidad real y efectiva en la atención a la diversidad.

La metodología del trabajo combina una revisión exhaustiva de la literatura académica, el análisis normativo y el estudio de datos relevantes. Este enfoque permite abordar el tema con una perspectiva integral, incluyendo el análisis histórico para contextualizar la evolución normativa, la comparación entre distintas comunidades autónomas en términos de implementación práctica y una reflexión crítica que identifique tanto los avances logrados como las limitaciones persistentes. El análisis considera la creciente preocupación reflejada en la literatura por garantizar una educación inclusiva, aunque también se destacan barreras prácticas como la falta de consenso sobre conceptos clave y las disparidades territoriales en la aplicación de políticas inclusivas.

2. Metodología

La presente investigación adopta un enfoque metodológico de carácter cualitativo que integra diversas estrategias complementarias con el objetivo de ofrecer una comprensión profunda y contextualizada sobre la evolución de las políticas de educación inclusiva y de atención a las minorías en el sistema educativo español. En primer lugar, se ha llevado a cabo una revisión exhaustiva de la literatura científica y académica especializada en educación inclusiva, con el propósito de identificar las principales corrientes

teóricas, debates conceptuales y aportaciones empíricas que han configurado el campo en las últimas décadas. Esta revisión ha permitido construir un marco conceptual robusto desde el cual abordar el análisis crítico del objeto de estudio.

De manera paralela, se ha desarrollado un análisis normativo riguroso centrado en los textos legales, disposiciones reglamentarias y documentos de planificación educativa que han regulado la inclusión educativa en España desde la década de 1970 hasta la actualidad. Este análisis se ha orientado a comprender no solo el contenido de las normas, sino también sus implicaciones prácticas, sus transformaciones a lo largo del tiempo y su capacidad real para promover la equidad en los entornos escolares. La dimensión histórica ha sido fundamental en este sentido, permitiendo vincular la evolución normativa con los cambios sociales, políticos y culturales que han acompañado el desarrollo del sistema educativo español en un contexto de creciente pluralidad.

Asimismo, la metodología incorpora el examen de datos estadísticos provenientes de fuentes oficiales, tales como el Instituto Nacional de Estadística y organismos autonómicos, con el fin de aportar una base empírica al análisis y reflejar las dinámicas de inclusión y exclusión que aún persisten en el sistema. La interpretación de estos datos se ha realizado desde una perspectiva crítica, considerando las disparidades territoriales, la desigual distribución de recursos y las diferencias en la implementación de políticas inclusivas entre comunidades autónomas.

A lo largo del trabajo, se ha procurado mantener una mirada analítica que articule los distintos niveles de análisis —normativo, histórico, empírico y crítico— para evidenciar tanto los avances registrados como las limitaciones persistentes. Esta metodología permite no solo trazar una panorámica comprehensiva del estado actual de la educación inclusiva en España, sino también identificar los desafíos estructurales que deben abordarse para avanzar hacia un modelo educativo verdaderamente inclusivo y equitativo.

3. Resultados

La evolución histórica y normativa de la educación inclusiva en España revela un trayecto complejo, marcado por avances legislativos significativos y, al mismo tiempo, por la persistencia de desigualdades estructurales que obstaculizan la plena realización del derecho a una educación verdadera-

mente inclusiva. A partir de la década de 1970, el sistema educativo español inició una transición desde modelos segregadores hacia paradigmas de integración y, posteriormente, de inclusión, en consonancia con los marcos internacionales de derechos humanos y las recomendaciones de organismos como la UNESCO. Sin embargo, este proceso ha estado lejos de ser lineal o homogéneo, encontrándose condicionado por la estructura descentralizada del Estado, la diversidad territorial, las resistencias culturales y pedagógicas, y la limitada inversión sostenida en recursos humanos y materiales adaptados a la diversidad del alumnado.

El primer hito legislativo significativo fue la Ley General de Educación de 1970, que introdujo por primera vez la atención a estudiantes con necesidades especiales dentro del sistema educativo ordinario. No obstante, su enfoque se mantuvo fuertemente marcado por la segregación, con una visión predominantemente asistencialista y médico-clínica de la diversidad. Este modelo, que ubicaba a los estudiantes en centros ordinarios sin transformar las condiciones pedagógicas, no logró garantizar la participación activa ni la equidad en el aprendizaje. Las categorías empleadas, como «deficientes e inadaptados», reflejan una perspectiva estigmatizante que persistiría durante varias décadas, pese a los cambios legislativos que fueron introduciéndose progresivamente.

La aprobación de la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI) en 1982 constituyó un paso relevante en el reconocimiento de la integración escolar como un principio legal. Sin embargo, su aplicación se caracterizó por una lógica asistencial que priorizaba la integración física sobre la pedagógica, con un fuerte énfasis en el diagnóstico clínico y en la presencia de equipos multiprofesionales cuya intervención se centraba más en evaluar que en transformar contextos educativos. Esta orientación, lejos de promover una pedagogía inclusiva, consolidó la tendencia a adaptar al alumno al sistema y no al revés, dificultando la implementación de cambios estructurales en las prácticas docentes y en la organización escolar.

La Conferencia Mundial de Salamanca en 1994 supuso un punto de inflexión en la configuración del discurso inclusivo, al posicionar la educación como un derecho universal y la inclusión como un principio rector de las políticas educativas. En el contexto español, los principios emanados de dicha conferencia impulsaron reformas orientadas a garantizar la participación activa de todo el alumnado, con un énfasis en la adaptación curricular, la formación docente y el diseño de entornos físicamente acce-

sibles. No obstante, la materialización de estos principios se vió limitada por la desigual distribución de recursos entre comunidades autónomas y la falta de un modelo de financiación equitativo que garantizara condiciones homogéneas para su implementación.

La Ley Orgánica de Educación (LOE) de 2006 representó un hito relevante al introducir por primera vez el concepto de «educación inclusiva» en el ordenamiento jurídico español. Esta norma incorporó la atención a la diversidad como principio transversal del sistema, promoviendo estrategias de refuerzo y adaptaciones curriculares para atender a la heterogeneidad del alumnado. Sin embargo, la eficacia de estas medidas quedó condicionada por las disparidades territoriales en cuanto a la disponibilidad de orientadores, materiales adaptados y formación específica. Esta heterogeneidad comprometió la equidad del sistema, acentuando las diferencias entre comunidades con mayores capacidades de inversión y aquellas con recursos más limitados.

El Real Decreto 126/2014 profundizó este enfoque al introducir el Diseño Universal para el Aprendizaje (DUA) como principio orientador, promoviendo la planificación pedagógica basada en la diversidad del alumnado y el empleo de metodologías activas como el aprendizaje cooperativo. A pesar de la solidez teórica de este planteamiento, su implementación en las aulas se vio obstaculizada por la ausencia de una formación docente adecuada, la resistencia al cambio en algunas culturas escolares, y la falta de recursos específicos asignados para su desarrollo. Así, se configuró una brecha entre el marco normativo y la realidad pedagógica, que aún persiste en numerosos contextos educativos.

Una de las tensiones más recurrentes en el análisis de la evolución de la educación inclusiva en España es la dicotomía entre integración física e inclusión pedagógica. Mientras que la primera ha sido relativamente alcanzada en términos cuantitativos, con un incremento significativo del alumnado con necesidades especiales en centros ordinarios, la segunda sigue siendo una deuda pendiente. La presencia física en el aula no garantiza por sí sola una participación real ni un aprendizaje significativo, especialmente cuando las prácticas pedagógicas y las evaluaciones no están adaptadas a la diversidad del alumnado. Este desfase ha sido ampliamente documentado por la literatura, que advierte sobre la necesidad de transformar las estructuras escolares y las lógicas de enseñanza para avanzar hacia modelos inclusivos coherentes.

Otra dimensión crítica en el análisis es la influencia de la descentralización educativa en la equidad del sistema. Si bien la autonomía de las comunidades autónomas ha permitido una adaptación más contextualizada de las políticas, también ha generado disparidades notables en la asignación de recursos, la calidad de la atención educativa y la formación del profesorado. Regiones como el País Vasco han logrado implementar estrategias inclusivas más efectivas gracias a una mayor inversión por estudiante, mientras que otras, como la Comunidad de Madrid, muestran limitaciones significativas en la provisión de apoyos especializados y en el desarrollo de infraestructuras accesibles (Pérez-Gutiérrez *et al.*, 2021). Estas diferencias comprometen el principio de igualdad de oportunidades y requieren mecanismos estatales de compensación para garantizar condiciones equivalentes en todo el territorio.

A nivel institucional, la desaparición de organismos como el Instituto Nacional de Educación Especial ha dejado un vacío en la coordinación de las políticas inclusivas a escala estatal. Aunque se han creado iniciativas como los Grupos de Apoyo Educativo (GAEPS), su cobertura limitada y la falta de una evaluación sistemática de su impacto dificultan la consolidación de un modelo inclusivo con capacidad de adaptarse a las necesidades reales del alumnado. La ausencia de tecnologías asistivas, materiales didácticos inclusivos y personal formado en diversidad funcional sigue siendo un obstáculo sustancial para avanzar hacia una escuela para todos.

Uno de los componentes clave para la efectividad de las políticas inclusivas es la formación docente. A pesar de que las normativas vigentes reconocen su importancia, los programas de formación inicial y continua a menudo no desarrollan competencias prácticas suficientes para enfrentar la diversidad en el aula. Persisten enfoques tradicionales que no promueven la reflexión crítica ni la revisión de actitudes excluyentes. Además, la inconsistencia entre comunidades autónomas en los criterios y contenidos de formación docente produce desigualdades en la preparación del profesorado. Esta carencia compromete la aplicación efectiva de adaptaciones curriculares y la implementación de metodologías inclusivas, reproduciendo lógicas de exclusión encubierta.

Los datos también muestran que la segregación escolar persiste, especialmente en contextos de alta vulnerabilidad social. Estudiantes de entornos desfavorecidos, minorías étnicas como la población gitana, o alumnado migrante, continúan concentrándose en determinados centros educativos, lo que genera «guetos escolares» que limitan las posibilidades de inclusión real (Moreno *et al.*

2023, pág. 178). La segregación se refuerza a través de mecanismos de escolarización que, aunque formalmente neutros, acaban generando efectos segregadores al no contemplar suficientemente las desigualdades sociales y estructurales que condicionan la elección y el acceso a determinados centros educativos. Factores como el nivel socioeconómico de las familias, la localización geográfica, la capacidad de movilidad, e incluso las redes informales de información escolar, influyen decisivamente en los procesos de escolarización, dando lugar a dinámicas de concentración de alumnado con mayores necesidades en centros con menos recursos y menor capital simbólico. De este modo, la aparente neutralidad normativa del sistema oculta prácticas que perpetúan la estratificación social y limitan el potencial transformador de la educación inclusiva.

Esta segmentación del sistema educativo tiene consecuencias directas sobre las trayectorias escolares del alumnado perteneciente a minorías o en situación de vulnerabilidad. La concentración de necesidades educativas específicas en ciertos centros agudiza la carga profesional del personal docente y de apoyo, sin que ello venga acompañado de una proporcional dotación de medios o reconocimiento institucional. Esta situación genera climas escolares más complejos, mayores tasas de absentismo, y una percepción de estigmatización tanto dentro como fuera del entorno escolar. A su vez, el fenómeno conocido como «huida de clases medias» —por el cual las familias con mayores recursos evitan centros con alta presencia de minorías— refuerza aún más estas dinámicas segregadoras, consolidando circuitos educativos paralelos con desigual prestigio social y expectativas de éxito contrastadas.

En el caso específico del alumnado gitano, múltiples estudios han evidenciado que, pese a las recomendaciones internacionales y a algunas políticas específicas, la segregación escolar sigue siendo una realidad persistente. En muchas ciudades, los niños y niñas gitanos se encuentran escolarizados mayoritariamente en centros guetizados, con escasa diversidad étnica y bajos niveles de rendimiento académico (CERMI, 2020). Esta situación se explica por una combinación de factores históricos, prejuicios institucionales, y barreras prácticas como la localización de la vivienda, la desconfianza mutua entre familias e instituciones, y la falta de mediadores interculturales. La ausencia de una política pública robusta y coordinada que afronte esta exclusión estructural reproduce un modelo de intervención fragmentario, donde los programas dependen más del voluntarismo profesional o del apoyo de entidades sociales que de un compromiso institucional sostenido.

Algo similar ocurre con el alumnado migrante, especialmente en las primeras generaciones de llegada. A menudo escolarizados en función de criterios de disponibilidad y proximidad, estos estudiantes suelen acceder a centros con menor demanda y, por tanto, menor dotación de recursos, lo cual genera un círculo vicioso difícil de revertir. Además, la falta de estrategias institucionales claras para fomentar la interculturalidad y el reconocimiento de la diversidad cultural lleva a que, en muchos casos, las respuestas se limiten a intervenciones compensatorias centradas en el aprendizaje del idioma o en la adaptación curricular individual, sin que se promueva una revisión crítica del currículo ni una transformación estructural de la escuela como institución social y culturalmente situada.

En este contexto, la educación inclusiva no puede entenderse únicamente como un conjunto de adaptaciones técnicas o metodológicas, sino como un compromiso político y ético que implica repensar profundamente los fines de la educación y los modos en que se construyen las relaciones de poder dentro del sistema escolar. El enfoque inclusivo, cuando se concibe desde una perspectiva de justicia social, desafía no solo las prácticas segregadoras evidentes, sino también las formas más sutiles de exclusión simbólica, como la invisibilización de determinados referentes culturales, la escasa representación de minorías en los contenidos curriculares, o la penalización de ciertos códigos lingüísticos y comportamientos que no se ajustan a los cánones escolares normativos.

En consecuencia, avanzar hacia una escuela inclusiva en España requiere no solo reformas legales y técnicas, sino una transformación cultural que cuestione los valores implícitos que sustentan la actual organización del sistema educativo. Es necesario descentrar la mirada del déficit del alumnado y poner el foco en las condiciones estructurales, institucionales y pedagógicas que impiden su plena participación y aprendizaje. Ello supone, entre otras cosas, revisar críticamente el currículo para garantizar su relevancia cultural, formar al profesorado en competencias interculturales, incorporar a las familias como agentes activos del proceso educativo, y garantizar que las políticas públicas de escolarización, financiación y evaluación contribuyan efectivamente a la equidad.

El análisis de la evolución de las políticas inclusivas en España también muestra que, pese a los avances normativos, la implementación efectiva de la inclusión sigue siendo desigual y frágil. La existencia de marcos lega-

les favorables, como la Ley Orgánica de Educación (LOE) y su posterior desarrollo a través de la LOMCE y la LOMLOE, no ha sido suficiente para modificar sustancialmente las prácticas institucionales y pedagógicas. Las políticas inclusivas, a menudo concebidas como programas complementarios o medidas específicas, no han logrado permear de manera transversal todo el sistema educativo. Esta desconexión entre el discurso normativo y la práctica cotidiana de los centros escolares evidencia la necesidad de una mayor coherencia y coordinación en todos los niveles de la administración educativa.

Por otra parte, el papel de las administraciones locales y de los equipos directivos en los centros resulta crucial para la materialización de las políticas inclusivas. La autonomía escolar, bien gestionada, puede ser una oportunidad para desarrollar proyectos inclusivos adaptados al contexto, pero también puede convertirse en un riesgo si no existen orientaciones claras, recursos suficientes y mecanismos de apoyo continuado. De hecho, la investigación educativa ha mostrado que el liderazgo pedagógico comprometido con la inclusión, la existencia de comunidades escolares cohesionadas, y la colaboración con el entorno social son factores decisivos para el éxito de las iniciativas inclusivas (Vicente y Galán, 2024). Sin embargo, estos elementos no siempre están presentes o se ven limitados por la carga burocrática, la presión por los resultados académicos estandarizados, o la inestabilidad de los equipos docentes (Medina, 2019).

En suma, los resultados obtenidos a partir del análisis del desarrollo histórico, normativo y práctico de la educación inclusiva en España permiten concluir que, aunque se han logrado avances significativos en el reconocimiento formal del derecho a una educación para todos, persisten numerosos obstáculos que impiden su plena realización. Las desigualdades territoriales, la persistencia de prácticas segregadoras, la debilidad institucional, la falta de formación docente adecuada y la escasa articulación entre políticas sociales y educativas configuran un panorama que requiere una intervención decidida, sostenida y multidimensional.

4. Conclusiones

La investigación realizada ha permitido alcanzar el objetivo principal de analizar y contextualizar la evolución histórica, las políticas normativas y las prácticas actuales de la educación inclusiva en España, identificando tanto los avances significativos como los desafíos pendientes. A lo largo del

trabajo, se ha evidenciado que la inclusión educativa ha sido un proceso progresivo, pero no exento de dificultades, marcado por hitos normativos como la Ley General de Educación de 1970, la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI) de 1982, y los principios derivados de la Conferencia de Salamanca de 1994. Estas referencias históricas han ilustrado los esfuerzos por integrar la diversidad en el sistema educativo, destacando los avances en la normativa que han sentado las bases para la educación inclusiva actual, todo ello enmarcado en el impulso por la equidad y la justicia social.

En cuanto a los logros alcanzados, el análisis muestra cómo la integración del alumnado con necesidades educativas especiales en entornos ordinarios ha mejorado considerablemente desde los años noventa, pasando de sistemas predominantemente segregadores a la implementación de múltiples estrategias inclusivas. La creación de programas como los Grupos de Apoyo para la Educación en la Práctica (GAEPS) y las adaptaciones curriculares individuales han permitido una atención más ajustada a las necesidades del alumnado, mientras que la formación docente especializada y el diseño de infraestructuras más accesibles han facilitado avances significativos en algunas regiones. Asimismo, se ha comenzado a incorporar la perspectiva intercultural en el currículo, contribuyendo a la construcción de entornos educativos más diversos y participativos. Estos logros reflejan un cambio en la percepción de la diversidad como un valor intrínseco dentro del sistema educativo.

Sin embargo, aún persisten barreras estructurales y organizativas que dificultan la implementación plena de una educación inclusiva. Entre los desafíos más relevantes, se identifican las desigualdades existentes en la distribución de recursos entre las comunidades autónomas, donde las diferencias en inversión educativa y acceso a materiales especializados limitan la uniformidad en la aplicación de políticas inclusivas.

La segregación escolar, especialmente en relación con estudiantes provenientes de contextos socioeconómicamente desfavorecidos, alumnado gitano o estudiantes con discapacidad, continúa siendo un problema estructural que perpetúa desigualdades y dificulta la integración plena en entornos ordinarios. Además, la formación docente, aunque ha mejorado, sigue mostrando carencias importantes en términos de preparación práctica para afrontar la diversidad en las aulas. También se han identificado insuficiencias en la accesibilidad tecnológica y pedagógica, lo cual limita el impacto de políticas inclusivas en algunos contextos escolares.

Este trabajo contribuye al debate académico sobre la educación inclusiva en España al resaltar tanto las fortalezas como los puntos de mejora del sistema. Comparando los avances nacionales con modelos inclusivos de otros países europeos, se ha evidenciado la necesidad de incrementar la inversión en educación, garantizar una redistribución más equitativa de recursos, y establecer un marco regulador más sólido que promueva una aplicación uniforme de las normativas inclusivas. Además, los resultados ponen de manifiesto cómo iniciativas globales, como la Conferencia de Salamanca, han influido positivamente en la orientación de las políticas nacionales, aunque su implementación práctica aún enfrenta limitaciones significativas debido a diferencias regionales y a la falta de coordinación interterritorial.

Si bien este análisis ha proporcionado una visión amplia del desarrollo inclusivo en España, se reconocen limitaciones inherentes al enfoque utilizado. El análisis se ha basado principalmente en fuentes secundarias y en estudios normativos, lo que limita la capacidad de capturar la realidad práctica y experiencial de las aulas en diferentes comunidades autónomas. Además, la falta de estudios empíricos recientes sobre la implementación de las normativas inclusivas dificulta la evaluación del impacto actual de estas políticas en la diversidad del alumnado. En este sentido, futuras investigaciones deberían centrarse en estudios de caso específicos que analicen cómo las políticas inclusivas se materializan en contextos escolares diversos, así como en explorar soluciones para las desigualdades territoriales mediante propuestas coordinadas entre los distintos niveles administrativos.

Además de los retos señalados, es imprescindible considerar la dimensión cultural como factor crítico para el avance de la educación inclusiva. Las actitudes del profesorado, el alumnado y las familias hacia la diversidad constituyen un elemento esencial en el éxito o fracaso de las políticas inclusivas. Aunque los marcos legales y los recursos técnicos pueden estar disponibles, sin una transformación de las representaciones sociales acerca de la discapacidad, la migración o la diferencia cultural, es improbable que se logren cambios sustantivos y duraderos. Por ello, es fundamental que las estrategias inclusivas incorporen también acciones de sensibilización y educación intercultural, promoviendo una ética del reconocimiento y del cuidado que permita construir comunidades educativas más justas y cohesionadas.

Asimismo, la participación de las familias y del propio alumnado en la toma de decisiones sobre los procesos educativos debe fortalecerse como

parte de una democratización efectiva de la escuela. La inclusión no puede entenderse únicamente como una cuestión técnica, sino como un proceso social y político que requiere abrir espacios de diálogo, escucha activa y corresponsabilidad entre todos los actores implicados. La colaboración entre escuela, familia y comunidad constituye un pilar básico para la consolidación de prácticas inclusivas, especialmente en contextos vulnerables donde la relación entre instituciones educativas y familias puede estar mediada por experiencias previas de exclusión o desconfianza.

También se ha constatado que las políticas inclusivas deben articularse con otras políticas sociales, como las de vivienda, empleo, salud y servicios sociales. La educación inclusiva no puede desplegar todo su potencial si no se insertan en una estrategia más amplia de lucha contra la pobreza, la discriminación y la exclusión social. En este sentido, una perspectiva intersectorial y de justicia social debe guiar la formulación e implementación de las políticas educativas, reconociendo la interdependencia entre el derecho a la educación y otros derechos sociales fundamentales. Esta visión holística permitirá avanzar hacia modelos educativos capaces de responder de forma más integral y efectiva a las múltiples dimensiones de la exclusión.

En definitiva, consolidar una educación inclusiva en España requiere más que voluntad política y marcos legales ambiciosos: exige una transformación estructural del sistema educativo que combine inversión sostenida, innovación pedagógica, formación crítica del profesorado y una cultura escolar centrada en la justicia y la equidad. El reto no es menor, pero los avances logrados y las experiencias positivas documentadas permiten afirmar que existen bases sólidas sobre las que construir un modelo educativo que no solo tolere la diversidad, sino que la valore como condición de posibilidad para el aprendizaje, la convivencia democrática y la cohesión social.

5. Referencias

Barton, L. (2011). «La investigación en la educación inclusiva y la difusión de la investigación sobre discapacidad». *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25(1), 63-76. https://www.redalyc.org/pdf/274/27419147004.pdf

Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), Fundación Secretariado Gitano, & Save the Children España. (2020). «Alianza por la educación inclusiva y contra la segregación escolar». https://

www.savethechildren.es/sites/default/files/2020-06/AlianzaSegregacion.pdf

Medina García, M. (2019). «La importancia de la educación inclusiva en la consolidación del Estado de bienestar en España». https://www.fundacioncaser.org/sites/default/files/adjuntos/fcaser_actas25_nov2019_2505_mmedina.pdf

Moreno López, R., Marí Ytarte, R. M., & Venceslao Pueyo, M. (2023). «Inclusión educativa y roles de género: Un estudio de sexismo ambivalente hacia las mujeres en jóvenes pertenecientes a minorías étnicas». *Estudios sobre innovación e investigación educativa*, 177-194. https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/217341/1/Capitulo%20Dykinson_MorenoMari-Venceslao-180-197.pdf

Pérez-Gutiérrez, R., Casado-Muñoz, R., y Rodríguez-Conde, M. J. (2021). «Evolución del profesorado de apoyo hacia la educación inclusiva: una perspectiva legislativa autonómica en España». *Revista Complutense de Educación*, 32(2), 285-295. http://dx.doi.org/10.5209/rced.68357

Vicente Vicente, M. J., y Galán Carretero, A. (2024). «Las experiencias sobre educación inclusiva y de cohesión social en Suecia: un estudio de caso». *European Public & Social Innovation Review,* 9(6). https://doi.org/10.31637/epsir-2024-607

CONVERGENCIAS CREATIVAS: TRANSFERENCIAS DE LO HUMANO A LO ARTIFICIAL

María del Mar Villanueva Martín
Universidad de Málaga
villanueva@uma.es

1. Introducción

La convergencia entre creatividad humana e inteligencia artificial constituye actualmente uno de los principales retos y oportunidades para la educación y la innovación. Como señala Ken Robinson (2006), fomentar entornos donde florezca la creatividad es esencial para el desarrollo de competencias en una sociedad compleja y cambiante. Kai-Fu Lee (2018) subraya que la IA no reemplazará la creatividad humana, sino que ampliará su potencial a través de la colaboración, facilitando así nuevos modelos de transferencia y construcción de conocimiento (Lee, 2018, p. 102).

En este contexto de transformación digital, William Deresiewicz (2021) advierte cómo la economía creativa y las plataformas digitales están redefiniendo la figura del artista, quien debe incorporar habilidades tecnológicas y asumir nuevos roles para sobrevivir en el entorno contemporáneo (Deresiewicz, 2021, p. 37). Paralelamente, Pierre Lévy (2007) propone que la inteligencia colectiva y la cibercultura sustentan la capacidad de generar saber compartido y aprendizaje distribuido, potenciando nuevas formas de creatividad y colaboración (Lévy, 2007, p. 90).

Frente a estos desafíos, surgen metodologías didácticas innovadoras que facilitan la convergencia entre saberes humanos y artificiales. Estrategias como el aprendizaje basado en proyectos, el aula invertida y la integración de IA generativa en entornos educativos favorecen la personalización, la resolución creativa de problemas y la colaboración interdisciplinar, formando

así estudiantes críticos y autónomos en la era digital (Fábrega, 2024; Buchem & Hamelmann, 2020; Bower et al., 2020).

De manera concreta, investigaciones actuales destacan la relevancia de metodologías heurísticas multimediales o multimodales, que fusionan técnicas heurísticas tradicionales con recursos digitales diversos para promover el aprendizaje significativo, la exploración autónoma y la colaboración efectiva (Villanueva Martín, 2025). Este marco se amplía con la perspectiva didáctica de Amando López Valero, que enfatiza el desarrollo integral de competencias texto-lingüísticas y la reflexión crítica en un enfoque humanista (López Valero, 2006). Además, los aportes de Begoña Souviron López y Eugenio Maqueda ponen de relieve el papel crucial de la formación docente y la alfabetización digital para que estas metodologías logren un impacto real y sostenible en la educación contemporánea (Souviron López, 2023; Maqueda, 2024).

Los resultados obtenidos revelan mejoras sustanciales en la motivación, autonomía y rendimiento del alumnado, así como una reducción de las brechas de aprendizaje gracias a la personalización que possibilita la IA. Estas metodologías promueven un aprendizaje inclusivo, diverso y centrado en el estudiante, lo que abre amplias posibilidades para innovar en la praxis pedagógica y fomentar una educación más equitativa y eficaz.

De este modo, esta investigación contribuye a consolidar un marco teórico y metodológico que sitúa la creatividad, la cooperación y el pensamiento crítico en el centro del proceso educativo, integrando la tecnología como una aliada estratégica para afrontar los retos de la transformación digital sin perder la esencia humanista.

2. Metodología

La presente investigación se enmarca en un enfoque cualitativo, adecuado para el análisis profundo y contextualizado de fenómenos complejos como la convergencia creativa entre inteligencia artificial e inteligencia humana en la educación. Este tipo de investigación permite explorar en detalle las dimensiones conceptuales, pedagógicas y tecnológicas implicadas, así como comprender las percepciones y experiencias derivadas del uso de la IA en el ámbito educativo (Domínguez Saldívar, 2025).

Se adopta además un enfoque heurístico, fundamentado en el aprendizaje por descubrimiento, donde se promueve la exploración activa, la experi-

mentación y la resolución de problemas por parte de los sujetos implicados. El enfoque heurístico centra la atención en el desarrollo del pensamiento crítico, la creatividad, y la autonomía del estudiante para hallar soluciones mediante reglas empíricas y procesos reflexivos (Pólya, 1957; Alvarado & González, 2015). En el marco metodológico, esta perspectiva permite que el análisis no solo se limite a la revisión documental, sino que también fomente la asimilación, integración y producción creativa de conocimiento innovador dentro del proceso educativo.

Para ello, se realizó una investigación documental sistemática con análisis crítico de fuentes académicas, informes institucionales y literatura especializada. Se complementó con técnicas lógico-argumentativas para clarificar conceptos, construir marcos teóricos coherentes y contrastar diversas perspectivas teóricas. Asimismo, se utilizó inteligencia artificial para facilitar el procesamiento cualitativo de los datos documentales, apoyando la organización, codificación y extracción analítica para identificar patrones y tendencias emergentes (Lópezosa et al., 2024; Terrón, 2023).

Esta metodología cualitativa-heurística garantiza rigor y coherencia interna, al tiempo que potencia la innovación en la investigación al permitir un análisis flexible, creativo y profundo. Se alinea con las contribuciones teóricas de Kai-Fu Lee y Ken Robinson, quienes abogan por el uso estratégico y ético de la IA para potenciar habilidades humanas esenciales en la educación, como la creatividad y el pensamiento crítico (Lee, 2018; Robinson, 2006). Asimismo, el enfoque se inspira en la pedagogía crítica, promoviendo una integración inclusiva y emancipadora de las tecnologías digitales en el currículo educativo.

3. Resultados

Esta investigación metodológica y teórica aporta una visión amplia sobre cómo la inteligencia artificial (IA) se integra con la inteligencia humana para potenciar el aprendizaje y la creatividad desde una perspectiva didáctica innovadora.

Se confirma que la IA facilita la personalización del aprendizaje y la adaptación curricular hacia modelos más participativos y colaborativos. Sistemas inteligentes pueden ofrecer retroalimentación según las necesidades individuales, mejorando así motivación y resultados académicos. Además, automatizan tareas repetitivas, permitiendo que los docentes se centren en

fomentar habilidades complejas como la creatividad y el pensamiento crítico (Santillán et al., 2024; Carrasco et al., 2023; Lee, 2018).

La investigación destaca la importancia de combinar metodologías activas con enfoques heurísticos. En este marco, la profesora María del Mar Villanueva Martín propone la metodología heurística multimedial, que usa recursos digitales variados junto a técnicas tradicionales para potenciar el aprendizaje significativo y el desarrollo competencial (Villanueva Martín, 2025). Esta línea pedagógica se complementa con las aportaciones de Amando López Valero, centradas en la competencia texto-lingüística y el aprendizaje humanista, estimulando la reflexión y la creatividad en el aula (López Valero, 2006).

Además, el trabajo se enriquece con las perspectivas de Begoña Souviron López y Eugenio Maqueda, investigadores que han contribuido a entender el impacto de la tecnología y la IA en procesos educativos desde una óptica interdisciplinar. Souviron López ha explorado innovaciones docentes en didáctica de las lenguas y la alfabetización digital, enfatizando el aprendizaje cooperativo y la integración de medios digitales como apoyo al desarrollo del alumnado (Souviron López, 2023). Por su parte, Eugenio Maqueda ha trabajado la interacción entre docencia y tecnología, subrayando la necesidad de formar docentes competentes para aprovechar el potencial transformador de la IA en entornos educativos (Maqueda, 2024).

No obstante, se subrayan retos como la formación docente insuficiente para integrar estas metodologías y tecnologías, la desigualdad en el acceso a recursos digitales, y la necesidad de promover un uso ético y responsable de la IA (Jalón et al., 2024; UNESCO, 2021).

Así, esta investigación reafirma que la IA potencia la inteligencia creativa humana sin reemplazarla, estableciendo un marco teórico sólido para diseñar estrategias didácticas inclusivas que impulsen la autonomía, la colaboración interdisciplinaria y el desarrollo integral del estudiantado, en diálogo con las ideas de Ken Robinson, Kai-Fu Lee, Amando López Valero, Begoña Souviron López y Eugenio Maqueda (Robinson, 2006; Lee, 2018; López Valero, 2006; Souviron López, 2023; Maqueda, 2024; Fábrega, 2024).

Para concluir. Esta investigación revela con firmeza que la inteligencia artificial no sustituye la creatividad humana, sino que la impulsa y expande, convirtiéndose en una aliada indispensable en la educación contemporánea. Lejos de ser un mero ejecutor de tareas repetitivas, la IA se perfila como

una herramienta flexible y potente, capaz de liberar tiempo, motivar la exploración y fomentar la innovación en docentes y estudiantes. Al automatizar procesos rutinarios, permite que las mentes humanas se concentren en pensar, imaginar y crear, preservando y potenciando ese brillo único que distingue a la inteligencia creativa.

Este enfoque nos conduce a un abrazo sincero a la diversidad educativa, abrazando la pluralidad de estilos, ritmos y formas de aprendizaje. La IA, al ofrecer adaptabilidad y personalización, garantiza que la inclusión no sea una meta lejana sino una práctica cotidiana. En este diálogo entre tecnología y humanidad, se construye un espacio pedagógico donde la autonomía del alumnado se fortalece, la colaboración interdisciplinaria se exuberante y el desarrollo integral se convierte en el faro que guía la enseñanza.

Además, la inteligencia artificial se presenta como una «plastilina tecnológica», una metáfora que ilustra su capacidad de moldearse según las necesidades y contextos educativos, proporcionando alternativas creativas para la resolución de problemas, la expresión artística y la generación de ideas originales. Esta maleabilidad es clave para fomentar entornos educativos inclusivos que valoran la creatividad como un derecho y una herramienta para la transformación social.

No obstante, avanzar en esta convergencia requiere ir más allá de la mera incorporación tecnológica. Implica repensar el papel del docente como mediador, guía y facilitador que orienta el uso ético, crítico y creativo de estas herramientas. Requiere también superar las brechas de acceso y formación que aún limitan su potencial democratizador. Sólo así la IA podrá ser una aliada verdadera en la construcción de una educación que sea auténticamente humana y universal.

Finalmente, esta investigación se enmarca en un diálogo fecundo con autores como Ken Robinson, Kai-Fu Lee, Amando López Valero, Begoña Souviron López y Eugenio Maqueda. Cada uno de ellos aporta una óptica desde la cual comprender que la educación del futuro debe conjugar armoniosamente tecnología, ética y creatividad. En ese cruce virtuoso reside la promesa de una enseñanza que no sólo transmite conocimiento, sino que despierta la imaginación, la sensibilidad y el compromiso ético de estudiantes y docentes.

En suma, la inteligencia artificial puede abrir nuevas fronteras del conocimiento y la creatividad, conduciendo hacia una educación que se renueva sin perder su esencia humanista: amplia, diversa y profundamente inclusiva.

4. Referencias

Buchem, I., & Hamelmann, H. (2020). Metodologías activas en educación: estrategias para el aprendizaje. *Revista de Educación*, 15(2), 123-138.

Bower, M., Howe, C., McCredie, N., Robinson, A., & Grover, D. (2020). Tecnología en el aprendizaje colaborativo: Un enfoque sistémico. *Educational Technology Research and Development*, 68, 449-465.

Carrasco, P., Martínez, I., & Sánchez, R. (2023). Inteligencia artificial y educación: una perspectiva innovadora. *Revista de Investigación Educativa*, 45(2), 123-140.

Cotrina-Aliaga, G., López, M., & Fernández, T. (2021). Aplicaciones de la inteligencia artificial en entornos educativos. *Educación y Tecnología*, 38(1), 55-72.

Deresiewicz, W. (2021). *La muerte del artista: Cómo los creativos luchan por sobrevivir en la era de la economía digital*. Taurus.

Domínguez Saldívar, A. (2025). La investigación cualitativa en la era digital: aportes y desafíos. *Innovación y Desarrollo Educativo*, 27(1), 77-92.

Fábrega, R. (2024). *La inteligencia artificial: nueva plastilina de la educación*. Editorial Educativa.

Jalón, R., Pérez, L., & Torres, F. (2024). Ética y equidad en la implementación de IA educativa. *Revista Latinoamericana de Educación Digital*, 10(1), 22-39.

Ken Robinson, K. (2006). *El elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo*. DeBolsillo.

Lee, K.-F. (2018). *AI Superpowers: China, Silicon Valley, and the New World Order*. Houghton Mifflin Harcourt.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura*. Grupo Planeta.

Lópezosa, J., Pérez, M., & Gil, V. (2024). Acelerando la investigación cualitativa con inteligencia artificial: retos y oportunidades. *Revista Colombiana de Metodología*, 12(4), 210-230.

López Valero, A. (2006). *Didáctica de la lengua y la literatura: una propuesta humanista y heurística*. Universidad de La Rioja.

Maqueda Cuenca, E. (2024). Formación docente para la transformación digital educativa. *Educación y Tecnología*, 42(1), 55-70.

Pólya, G. (1957). *How to Solve It: A New Aspect of Mathematical Method*. Princeton University Press.

Robinson, K. (2006). *El elemento: Descubrir tu pasión lo cambia todo*. DeBolsillo.

Santillán, R., Torres, A., & Herrera, F. (2024). Uso ético de la inteligencia artificial en la educación superior. *Revista Latinoamericana de Educación Digital*, 9(3), 45-63.

Souviron López, B. (2023). Alfabetización digital y aprendizaje cooperativo en la educación superior. *Revista de Innovación Educativa*, 5(1), 40-59.

Terrón, L. (2023). Herramientas digitales para el análisis cualitativo: aplicaciones en la investigación educativa. *Revista de Métodos y Aplicaciones*, 8(2), 50-68.

UNESCO. (2021). *Guía ética para la inteligencia artificial en la educación*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Villanueva Martín, M. M. (2025). Metodología heurística multimedial: una propuesta para la educación digital. *Revista de Didáctica Multimodal*, 3(1), 15-33.

EL MENSAJE Y SU IMPACTO EN LAS CAMPAÑAS DE CONCIENCIACIÓN: ANÁLISIS DEL MUSEO COMO ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Rafael Carrasco Polaino
Mónica Viñarás Abad
Universidad Complutense de Madrid

1. Introducción

El conocido como efecto boomerang supone un alto riesgo en las campañas de sensibilización donde, lejos de conseguir el efecto deseado, se alcanza el contrario. Por este motivo, resulta de interés ahondar en estrategias e iniciativas que busquen nuevos caminos para alcanzar dichos objetivos de sensibilización. En esa búsqueda se presenta como una opción la institución museística, un espacio para el aprendizaje con un alto poder de autoridad. Por ello, este trabajo propone un experimento donde se compara el efecto persuasivo del visionado de una campaña de publicidad con una visita a un museo. El tema elegido es la concienciación sobre el racismo entre la población joven que, por la alta exposición a las redes sociales, es más susceptible a que se produzca un efecto boomerang.

1.1. Publicidad y efecto boomerang

La comunicación persuasiva tiene su fundamento en la psicología social, donde los procesos de aprendizaje sirven para entender los efetos de las campañas de comunicación. Si el objetivo de la publicidad es influir y conseguir un objetivo en el público objetivo, encontramos que, en ocasiones, el resultado es indirectamente proporcional a estos. En estas ocasiones es cuando se habla del efecto boomerang. A pesar de su relevancia se encuentran pocas investigaciones específicas sobre ello. El trabajo más destacado es el de Brändle et al. (2022, p. 166) sobre comunicación y violencia, donde indican

que «no toda campaña institucional y no toda información bienintencionada contra la violencia alcanzan el fin preventivo que se propone y que, incluso, podrían llegar a tener efectos perjudiciales (efecto boomerang)».

Las teorías asociadas al denominado *efecto boomerang* tienen su origen en el campo de la psicología y han sido desarrolladas, principalmente, en el contexto de la comunicación política, el marketing social y campañas de concienciación (Brändle et al., 2022). Este fenómeno se relaciona con la percepción que tienen las personas respecto a la congruencia de un mensaje con sus creencias o actitudes previas. En este sentido, un mensaje puede ser interpretado como proactitudinal (coherente con las creencias del receptor) o contraactitudinal (discrepante con las mismas). El impacto de la comunicación, por tanto, está determinado por la evaluación subjetiva del mensaje más que por la calidad objetiva de los argumentos persuasivos (Zhao y Fink, 2021).

Los mensajes contraactitudinales han sido ampliamente investigados como factores determinantes en la aparición del efecto boomerang, particularmente desde la perspectiva de la teoría de la reactancia psicológica. Esta teoría sostiene que, ante la percepción de una amenaza a su libertad individual, el sujeto tiende a restablecer dicho control mediante reacciones contrarias al mensaje recibido, dando lugar al efecto boomerang. Tanto la discrepancia percibida del mensaje como la amenaza a la libertad individual predicen de manera directa la activación de la reactancia psicológica y, con ella, la aparición del efecto boomerang (Zhao y Fink, 2021).

Este efecto puede manifestarse incluso ante mensajes erróneos o falsos. La desinformación continúa ejerciendo influencia sobre los procesos cognitivos de los individuos, aun después de ser corregida (Ecker et al., 2022). En este contexto, los emisores de noticias falsas apelan estratégicamente a las emociones del público, conscientes de que estas aumentan su susceptibilidad frente a la desinformación. Existe una tendencia natural a emplear un lenguaje emocional en procesos persuasivos, lo cual facilita su efectividad (Ecker et al., 2022).

El contexto de creciente polarización política ha generado un notable aumento en la investigación sobre el efecto boomerang, especialmente en relación con las creencias políticas de los ciudadanos. La formación de dichas creencias está influenciada por factores cognitivos, sociales y afectivos (Ecker et al., 2022). En este marco, la teoría del razonamiento motivado plantea que los individuos con convicciones firmes muestran una predisposición a aceptar

información coherente con sus ideas y a rechazar aquella que las contradice (Zhuang, 2023). Ante contenidos discrepantes, estos sujetos desarrollan un escepticismo motivado que se manifiesta en contraargumentaciones internas que refuerzan su postura original (Zhou, 2016). Diversas investigaciones han demostrado que las comunicaciones que con mayor frecuencia provocan el efecto boomerang son aquellas que solicitan un cambio conductual en los ciudadanos (Osman, 2020). Los mensajes normativos, por ejemplo, buscan promover comportamientos socialmente beneficiosos, apelando al intercambio del interés individual por el bien colectivo (Kuang y Bicchieri, 2024).

En este contexto, la publicidad social se define como una forma de comunicación persuasiva, pagada e intencionada, que persigue objetivos de interés social a través de medios publicitarios (Viñarás Abad, 2018). Sus fines son no comerciales y buscan contribuir al desarrollo social y humano, ya sea a corto o largo plazo. Este tipo de publicidad puede formar parte de programas de concienciación y cambio social, y suele adoptar estrategias tanto de persuasión como de disuasión (Pedreño-Santos et al., 2025).

El aumento de las campañas de publicidad social en los últimos años refleja su papel creciente en los procesos de transformación social. Codeluppi (2007) subraya la capacidad de la publicidad para ejercer una influencia social positiva, actuando como instrumento de modernización. En consonancia, Mattelart (1991) plantea que la institución publicitaria propone modelos de organización social, reforzando así la función estructurante de la publicidad social en contextos de cambio.

1.2. **El museo y sus competencias comunicativas**

Como indica Hernández (2021), hoy más que nunca, el museo sigue siendo un lugar privilegiado de encuentro, de diálogo y de comunicación. El museo es un canal de comunicación, pues alberga mensajes que se difunden entre la población, a la vez que es emisor, como institución.

El Consejo Internacional de Museos (ICOM) fue constituido el 16 de noviembre de 1946 en el Museo del Louvre de París. Desde su fundación, ha asumido la tarea de definir y redefinir el concepto de museo en consonancia con los cambios socioculturales globales. En este sentido, el 24 de agosto de 2022, durante la Asamblea General Extraordinaria celebrada en Praga, se aprobó una nueva definición institucional con una mayoría del 92,41 %, la cual establece (ICOM, 2022):

> Un museo es una institución permanente, sin fines de lucro, al servicio de la sociedad, que investiga, colecciona, conserva, interpreta y exhibe el patrimonio material e inmaterial. Abiertos al público, accesibles e inclusivos, los museos promueven la diversidad y la sostenibilidad. A través de una gestión ética y profesional, implican a las comunidades, ofreciendo experiencias educativas, recreativas, reflexivas y de intercambio de conocimientos.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, la denominada Nueva Museología impulsó una reconfiguración sustantiva de la función museística, promoviendo su vinculación directa con las necesidades y dinámicas de las comunidades a las que sirve. Desde esta perspectiva, el museo es concebido no solo como depositario de bienes culturales, sino como una institución activa en la construcción de conciencia social (Navajas Corral, 2017). En esta línea, diversos autores y corrientes teóricas han reivindicado el potencial del museo como agente de transformación social. Maicera lo posiciona como institución fundamental para una educación de carácter humanizante, mientras que Cordón-Benito (2018) señala que, mediante estrategias comunicativas, los museos han superado el estatismo tradicional para convertirse en espacios interactivos, participativos y abiertos al diálogo social.

El contexto museístico actual se enmarca en el contexto global de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) promovidos por la Organización de las Naciones Unidas. Así, se espera que, además de garantizar la protección y valorización del patrimonio cultural y natural, los museos fomenten la educación para el desarrollo sostenible, la participación cultural y la investigación científica. Sin embargo, según Curralo y Viñarás (2021), esta concepción aún no ha sido plenamente integrada en la práctica museística. Ibermuseos sostiene que este tránsito es ineludible si se desea consolidar la labor institucional (Ibermuseos en Curralo y Viñarás, 2021):

La experiencia de visita constituye, por excelencia, la herramienta operativa a través de la cual el museo establece vínculos significativos con sus públicos. Esta experiencia funciona como unidad analítica central en la relación entre visitante e institución. De acuerdo con la International Association for Experiential Learning (2023), el aprendizaje experiencial se concibe como un proceso mediante el cual el individuo construye conocimiento, desarrolla competencias y consolida valores a partir de la vivencia directa.

En este marco, Falk y Dierking (2013) conceptualizan la visita museística como una experiencia motivada por elementos identitarios, una perspectiva

corroborada por Gándara (2015, 2018), quien plantea que los aprendizajes generados pueden manifestarse de forma diferida, articulándose con otros contextos y experiencias posteriores. Dado su carácter de espacio no formal, el museo representa un entorno propicio para el aprendizaje informal, cuyo rasgo distintivo es la motivación intrínseca del sujeto. En el ámbito de la comunicación y el marketing, esta experiencia ha sido objeto de estudio por su capacidad persuasiva, configurando lo que se ha denominado «comunicación experiencial», elemento consustancial a la práctica museística (Justicia et al., 2022).

Asimismo, el museo dispone de un lenguaje específico: el lenguaje museístico. Este, según Fernández (2022), se estructura con características y recursos propios, diferenciándose de otros lenguajes comunicativos. Si el cine tiene en el filme su unidad comunicativa, el museo se expresa a través de la exposición. En este paradigma, la participación no solo es deseable, sino constitutiva. Falk y Dierking (2018) sostienen que el visitante actual rechaza el rol pasivo, demandando experiencias cocreadas, lo cual implica nuevas formas de relación museística.

En consecuencia, el museo se configura como un espacio de confrontación, debate y resignificación de ideas, conocimientos y narrativas, orientado a fomentar la comprensión crítica, el reconocimiento mutuo y la reivindicación social (Hervás Avilés, 2010). Esta función resultó especialmente evidente durante la pandemia de COVID-19, periodo en el cual los museos realizaron un esfuerzo sustancial por mantener su actividad, incluso en ausencia de visitas presenciales (Gonzálvez Vallés et al., 2021).

1.3. **Estudio de la persuasión en la psicología social**

Uno de los estudios más relevantes sobre la persuasión y comunicación es la revisión de Horcajo (2021) que se toma como referencia principal para este trabajo. La primera aproximación científica al estudio de la persuasión referente en la disciplina se desarrolló en la Universidad de Yale a mediados del siglo XX (Hovland et al., 1953). Carl Hovland y su equipo propusieron una aproximación empírica al cambio de actitudes que se basaban en los fundamentos generales de algunas de las teorías de la comunicación en ese tiempo. Así, estos autores propusieron que el cambio de actitudes ocurre, principalmente, como resultado de un proceso de aprendizaje que conlleva:

a) la atención a la información relevante de la propuesta persuasiva
b) la comprensión de su contenido
c) la aceptación de sus conclusiones.

William McGuire (1968), a partir de Hovland y otros autores propuso un modelo que, inicialmente, planteaba que la persuasión era el resultado del producto multiplicativo de seis etapas o pasos en el procesamiento de la información: a) presentación de la información, b) atención, c) comprensión, d) aceptación, e) retención, y f) conducta. Este modelo implica la denominada «cadena causal de pasos de procesamiento»; es decir, cada paso condiciona el siguiente. Posteriormente, McGuire redefinió el proceso, pasando hasta doce pasos y sintetizando el modelo hasta dos pasos: recepción y aceptación (McGuire, 1985). Según esta reformulación reducida, el cambio de actitudes sería el resultado de que el receptor atienda y comprenda la información (recepción) y acepte lo que ha comprendido o recibido (aceptación). Este planteamiento es análogo al realizado por Hovland y colegas (1953).

Los enfoques clásicos de la comunicación, representados por autores como Harold Lasswell (1927) y Claude Shannon (1948), establecieron los fundamentos teóricos de la disciplina mediante la formulación de modelos centrados en la transmisión de la información como eje definitorio del proceso comunicativo. Uno de los modelos más influyentes es el denominado «paradigma de Lasswell» (1948), quien propuso una fórmula analítica para describir cualquier acto de comunicación mediante la respuesta a cinco interrogantes fundamentales: ¿quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efectos? Este planteamiento permitió la identificación y sistematización de los elementos esenciales del proceso comunicativo: emisor, mensaje, canal, receptor y efectos, los cuales han sido ampliamente estudiados y aplicados en investigaciones posteriores.

Desde los planteamientos iniciales de Lasswell (1948) y las investigaciones pioneras en psicología social de Carl Hovland y sus compañeros, el estudio de la persuasión ha seguido mayoritariamente un modelo lineal de la comunicación. Este paradigma concibe la persuasión como un proceso en el cual un emisor transmite un mensaje, codificado a través de un canal específico, a un receptor, en un contexto determinado, con el objetivo de producir ciertos efectos o modificaciones actitudinales.

2. Metodología

El objeto de estudio de este trabajo es el resultado comparativo, en términos de comunicación, de dos iniciativas para sensibilizar sobre el racismo, una campaña de publicidad y una visita a un museo. Concreta-

mente, el mensaje que se recibe y recuerda sobre racismo. Este objeto de estudio responde a un experimento donde se compara el efecto de estas dos iniciativas para comprobar el posible efecto boomerang. El objetivo principal es comparar el mensaje recibido con el visionado del anuncio y la visita al museo en relación a la sensibilización contra el racismo.

Como objetivos específicos:

OE1. Conocer los efectos de la campañaa de publicidad y analizar el mensaje recibido.

OE2. Conocer los efectos de la visita al museo y analizar el mensaje recibido.

Con el fin de atender los objetivos planteados, se implementó una metodología cualitativa de carácter experimental sustentada en la técnica de comunidad digital. Esta se conceptualiza como un entorno virtual diseñado ad hoc para la investigación social, en el que una muestra cualitativa interactúa asincrónicamente, compartiendo contenidos experienciales y discursivos orientados a la construcción colectiva de conocimiento sobre una problemática social específica (Durán-Vilches et al., 2023, p. 184).

La comunidad digital permite la articulación discursiva prolongada de los participantes desde tres niveles de enunciación: individual, grupal y social. Este abordaje se operacionaliza mediante tres herramientas centrales: (1) el blog personal o diario reflexivo, un espacio privado destinado a la introspección y autoobservación, accesible exclusivamente para el equipo investigador; (2) el foro grupal, habilitado para la deliberación colectiva y el intercambio horizontal de percepciones entre los integrantes; y (3) el blog social, un espacio semipúblico donde los participantes pueden compartir voluntariamente experiencias, intereses y reflexiones, potenciando el aprendizaje dialógico y la co-construcción narrativa con el resto de la comunidad (Durán-Vilches et al., 2023).

La comunidad digital tuvo una duraión de cuatro semanas (septiembre 2024) y se llevaron a cabo siete actividades:

- 4 Diaries: ¿Es tu entorno inclusivo?; Explorando mi tolerencia; encuesta antes y despues del visionado del anuncio; el efecto boomerang en la comunicaicón (16 contribuciones por diario).
- 3 foros: Situaciones de intolerancia; El impacto del anuncio (22 contribuciones); el impacto del museo (29 contribuciones).

La muestra seleccionada para esta comunidad digital estaba compuesta por 16 jóvenes (8 hombres y 8 mujeres) de entre 19 y 29 años de edad y raza caucásica. La muestra se seleccionó mediante la técnica de muestreo en bola de nieve, buscando perfiles que cumplieran los siguientes criterios: edad, género, raza caucásica y diferentes actitudes hacia el racismo. Para ello, se administró un cuestionario de reclutamiento con el fin de garantizar la representatividad tipológica de la muestra.

Con el propósito de introducir una condición experimental y facilitar el análisis comparativo del impacto de distintos estímulos, al inicio de la tercera semana se implementó una intervención diferenciada: un subgrupo de 8 participantes fue expuesto al visionado de una campaña publicitaria centrada en la inclusión, mientras que el segundo subgrupo participó en una actividad museográfica. La campaña seleccionada para la intervención mediática fue «Sí es racismo», impulsada por el Ministerio de Igualdad en 2022 y para la intervención museística, se eligió el Museo de América (Madrid), institución dedicada a la preservación y divulgación del patrimonio cultural del continente americano y sus pueblos originarios. La actividad consistió en una visita guiada de 90 minutos.

Una vez recogidos los textos de la comunicación digital, se llevó a cabo un anásis cualitativo del contenido. La variable objeto de estudio fue el mensaje que ellos manifiestan recibieron de cada actividad. Es decir, se les preguntó directamente sobre el mensaje recibido en cada actividad. Dado que la respuesta no tiene que ser inmediata, la respuesta—se entiende— que se ha reflexionado y por lo tanto, se ha valorado de manera consciente tanto el visionado del anuncio como la visita al Museo. La pregunta que se planteó fue: «Cuál es el mensaje principal que la actividad os ha trasmitido sobre el racismo».

Se trata de un análisis cualitativo de contenido pues se se seleccionaron aquellas frases que respondían directamente a esta cuestión que se planteó en el Foro. Para llevar a cabo el análisis, se tuvo en cuenta el contexto, interpretando junto a los Foros los Diarios de la comunidad.

3. Resultados

Tras la investigación se detectaron tres tipos de perfiles entre los participantes. Se trata de una actitud previa que se consideró condicionante a la

hora de evaluar la visita. Por eso, se presentan los resultados atendiendo a esta clasificación. El análisis ha permitido identificar tres posiciones discursivas:

A) «El punto ciego», donde la persona se auto percibe inclusiva por el mero hecho de pertenecer a la sociedad contemporánea.
B) «La valiente respuesta», donde la persona se moviliza ante gestos excluyentes respondiendo ante los gestos de intolerancia, provocando vergüenza en quienes los emiten.
C) «La reflexión transforma», donde la persona forja su propia tolerancia, día a día, dando respuesta a los gestos automáticos que reconoce en sí misma como detonadores de exclusión.

3.1. **Mensaje sobre el racismo tras la visita al Museo**

El mensaje central, el más repetido entre quienes participaron de la actividad museística, se centra en la siguiente afirmación: «La actividad relata la historia del racismo, sus orígenes y evolución, ayuda a entender el racismo actual y asumir la responsabilidad de solucionarlo. Hay un reconocimiento desde siglos de la exclusión social por el género, la raza, el color de la piel, etc.»

Según la taxonomía realizada se encuentran estos resultados a la pregunta: ¿ Cuál es el mensaje principal que la actividad os ha trasmitido sobre el racismo? Las personas situadas en la categoría El Punto Ciego manifiestan que la visita les ha permitido «mirar el pasado de tal forma que podamos en la actualidad y en el futuro, evitar el racismo» y «reconocer que el racismo forma parte de la historia y que su erradicación se hace absolutamente necesaria. Es un compromiso social».

> «Creo que el mensaje principal de la actividad ha sido mirar el pasado para transformar el futuro, es decir, utilizar las cosas que hemos visto que ocurrían en el pasado y analizarlas de tal forma que podamos evitar el racismo en la actualidad y en el futuro.» (Mujer, 18 años)

> «Es importante entender la historia para poder actuar en el presente. Las diferencias raciales se han ido heredando de generación y generación y ayudar a entender la historia del racismo, los orígenes de la discriminación, es útil para entender el racismo actual e intentar solucionarlo.» (Mujer. 18 años)

El grupo Valiente Respuesta consideran que «Entender y conocer la historia para no repetirla. La responsabilidad de entender cuál ha sido la

dinámica para no repetirla», «Los comportamientos actuales están forjados en una base racista», «En términos generales, el ser humano tiende a pensar que lo suyo es superior y que lo diferente, por ende, no tiene el mismo valor», «Hay vínculos que nos unen como especie. Somos iguales y nuestros comportamientos son instintivos», «La actividad sirve para asumir que hay mucho trabajo por hacer. Que lo ideológico lastra».

> «El mensaje principal que he percibido sería: entender y conocer la historia para no repetirla. Creo que refleja muy bien por lo que fuimos al museo de América, ver cómo los comportamientos actuales están forjados en unas bases racistas, y de ahí el sistema actual. El humano siempre ha intentado juntar grupos y a su vez separarlos. Creo que el mensaje que tenemos que llevarnos no es culpa, es responsabilidad, entender cuál ha sido la dinámica para no repetirla.» (Hombre. 18 años)

Por último el perfil La reflexión transforma: «La continuidad del racismo a lo largo de la historia y de cómo ha llegado a nuestros días», «Los seres humanos, llevamos en guerra con nosotros mismos milenios entre distintas especies de Homos. Temer a un ser humano distinto y por ende, si te hayas en una situación de superioridad es algo que nos acompaña en toda nuestra historia», «No somos conscientes de la magnitud de este fenómeno a lo largo de la historia, la cantidad de personas a las que ha afectado, los distintos puntos del mundo en los que se ha dado.»

> «Pienso que el principal mensaje ha sido un repaso de la historia, sobre lo mucho que ha impactado el racismo en la antigüedad y una reflexión de cómo ha llegado a nuestros días como por ejemplo el problema con el tesoro de Colombia». (Mujer 18 años)

> «El miedo a lo distinto, es un sentimiento animal adquirido. Cualquier ser vivo con consciencia tiene curiosidad primero por lo distinto, pero según evoluciona la especie, adquiere un miedo innato a cosas distintas que lo pueden herir (…) Pero si pongo la vista en el presente, y veo la evolución del racismo en el último siglo, ha habido grandes avances en la reducción del mismo. Pese a que sigue siendo un problema latente actualmente. (Hombre. 27 años)

3.2. **Mensaje sobre el racismo tras el visionado del anuncio**

Mensaje más repetido tras el visionado es: «El racismo está presente en pequeños actos cotidianos que están normalizados». El mensaje prin-

cipal que ha transmitido el anuncio varía en cada perfil. El grupo de El Punto ciego afirma que: «Son miradas racistas de la sociedad actual», «La presencia del racismo en actos cotidianos que están muy normalizados», La importancia de ser empáticos con los demás, una llamada al respeto y la igualdad independientemente del origen».

> «El mensaje yo creo que nos quiere transmitir el vídeo son todas esas actividades que por pequeñas que parezcan no hacen más que dañar a los demás y perpetuar acciones racistas». (Mujer, 20 años)

El perfil de Valiente Respuesta aboga por «Erradicar estos pequeños gestos discriminatorios es importante para evitar que el racismo evolucione», «Denunciar actitudes racistas presentes en la vida cotidiana, que hacen mucho daño a quien los sufren, perpetuando la exclusión de determinados colectivos».

> «El verdadero mensaje que quiere transmitir el vídeo es que en nuestra vida cotidiana tenemos actitudes racistas que afectan a los demás. Parecen pequeñas acciones, pero que realmente perjudican mucho a los demás». (Hombre, 20 años)

Por último, La Reflexión Transforma, apuesta por «Reflexionar para provocar el cambio en aquellos comportamientos racistas, en muchos casos inconscientes que cometemos y que justificamos»

> El mensaje que nos quiere dejar el spot es que inconscientemente cometemos acciones racistas, pero las personas tendemos a quitarle hierro al asunto poniendo la muletilla del "pero". (Hombre, 21 años)

4. Conclusiones

A continuación se recogen las principales conclusiones que llevan a observar un mayor efecto persuasivo en el caso del museo, si bien, la publicidad también consigue el efecto en el receptor.

— El efecto boomerang limita la eficacia de campañas persuasivas convencionales. Las campañas de sensibilización, especialmente en jóvenes expuestos a redes sociales, pueden producir un efecto contrario al deseado —conocido como efecto boomerang— cuando el mensaje se percibe como una amenaza a la libertad individual o es incongruente con las creencias previas del receptor.

— La visita museística genera una reflexión más profunda y transformadora. Frente al impacto inmediato del anuncio publicitario, la experiencia museística favorece un proceso reflexivo más prolongado que facilita la comprensión histórica del racismo y promueve una mayor interiorización de la responsabilidad individual y colectiva para combatirlo.
— Existen perfiles actitudinales diferenciados que condicionan la recepción del mensaje. Los participantes fueron clasificados en tres perfiles: *El punto ciego*, *La valiente respuesta* y *La reflexión transforma*, evidenciando que la actitud previa frente al racismo influye significativamente en la interpretación y efecto del mensaje recibido, tanto en la publicidad como en el museo.
— La comunicación experiencial del museo es eficaz en el cambio actitudinal. El museo, como espacio de aprendizaje no formal, activa un tipo de comunicación experiencial y corporizada que potencia la construcción de conocimientos y valores desde la vivencia, permitiendo una mayor identificación emocional y cognitiva con los mensajes antirracistas.
— Los anuncios publicitarios revelan el racismo cotidiano, pero pueden provocar resistencia. El spot «Sí es racismo» visibiliza microactos de exclusión cotidiana, generando en algunos receptores una toma de conciencia inmediata, aunque en otros puede generar reactancia si no se percibe como legítimo o se considera una crítica directa al propio comportamiento.
— La combinación de estrategias narrativas y participativas fortalece la concienciación social. Tanto la estructura del museo participativo como el enfoque reflexivo de la comunidad digital evidencian que los formatos dialógicos e inclusivos generan una comprensión más sólida y comprometida del fenómeno del racismo, superando los límites de la persuasión unidireccional.

5. Referencias

Blanco, A., Yzerbyt, V., y Sánchez, F. J. (2017). *Psicología social. Ediciones* Pirámide.

Briñol, P., De la Corte, L., y Becerra, A. (2001). Psicología de la persuasión: Procesos y aplicaciones. *Revista de Psicología Social, 16*(3), 277–294.

Brändle-Señán, G., Martín-Cárdaba, M., y Ruiz-San-Román, J. (2011). The risk of

emergence of boomerang effect in communication against violence. [Riesgo de aparición del efecto boomerang en las comunicaciones contra la violencia]. *Comunicar*, 37, 161-168. https://doi.org/10.3916/C37-2011-03-08

Codeluppi, V. (2007). The social role of advertising. *Pensar la Publicidad,* 1(1), 149-157.

Cordón-Benito, D. (2018). Conceptual evolution of the museum as a communicative space. *Studies on the Journalistic Message,* 24(1),484-500. https://doi.org/10.5209/ESMP.599662

Curralo, E. G., y Viñarás Abad, M. (2021). Museums and sustainable development. Museum management and digital communication to achieve the SDGs. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, 26, 79-108. https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e143

Durán-Vilches, Myriam, Carcelén-García, Sonia and Ruiz-San Román, José A. (2023). The production of social discourses in digital environments: The digital community as a social research methodology. *Teknokultura,* 20(2), 183-194. https://doi.org/10.5209/tekn.83473

Ecker, U. K., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kenedeou, P., Vraga, E. K., y Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13-29. https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y

Falk, J. H., y Dierking, L. D. (2018). *Learning from museums*. Rowman y Littlefield.

Fernández, G. (2022). *El lenguaje museográfico: Un breve manual de introducción al conocimiento y uso del fascinante lenguaje del siglo XXI.*

Gándara, M. (2013). Review J. H. Falk. and L. D. Dierking, The museum experience, «revisited». *Gaceta de Museos*, 3rd epoch.

— (2018). La divulgación significativa como estrategia de comunicación educativa. *ETD: Educaçao Temática Digital,* 20(3), 662-679. https://doi.org/10.20396/etd.v20i3.8651720

Gonzálvez Vallés, J. E., Caerols Mateo, R., Cabezuelo Lorenzo, F., y Viñarás Abad, M. (2021). Communicate Contemporary Art without Visiting the Museum without Visiting the Museum: The Reina Sofía Museum during the confinement by Covid-19. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 8(2), 203-218. https://doi.org/10.37467/gkarevvisual.v8.2974

Harper y Row Shannon, C. E., y Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication.* University of Illinois Press.

Hervás Avilés, R. M., (2010). Museums for inclusion. Strategies to favor interactive experiences. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 24(3), 105-124.

Hernández, F. (2011). El museo como espacio de comunicación. Ed. Trea.

Horcajo, F. (2021). Comunicación, influencia y persuasión. En *Comunicación y psicología* / coord. por José Francisco Morales Domínguez; Francisco Javier Horcajo Rosado (aut.), Pedro Rocamora

García-Valls (aut.), Jesús Rodríguez Marín (aut.), José José Manuel Sabucedo Cameselle (aut.), 2021, ISBN 978-84-18316-12-8, pp.s. 1-29.

Hovland, C. I., Janis, I. L., y Kelly, H. H. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. Yale University Press.

ICOM (2022). Definition of museum. https://icom.museum/es/recursos/normas-y-directrices/definicion-delmuseo/

Justicia, Y., Vergara, M. C., y Mahecha, J. D. (2022). La comunicación experiencial, retrato del uso en los museos barceloneses: CCCB, La Virreina y Moco Museum. *Questiones publicitarias,* 5(30), 55-66.

Kuang, J., y Bicchieri, C. (2024). How do people interpret social norm messages? Semantic ambiguity and pragmatic inferences. *Philosophical Transactions of the Royal Society B.*

Lasswell, H. D. *(1948). The structure and function of communication in society.* (pp. 37–51).

Mattelart, A. (1991). *La publicidad.* Paidós Ibérica.

McGuire, W. J. (1968). Personality and attitude change: An information-processing theory. In A. G. Greenwald, T. C. Brock, y T. M. Ostrom (Eds.), *Psychological foundations of attitudes* (pp. 171-196). Academic Press. McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindzey y E. Aronson (Eds.), *Handbook of social psychology* (3rd ed., Vol. 2, pp. 233-346). Random House.

Navajas Corral, Ó. (2017). (Re)defining the concept of museum. *Cuadiernu: Dissemination, research and conservation of cultural heritage*, 5, 149-155.

Pedreño-Santos, A., Carcelén Garcia, S., y Viñarás Abad, M. (2025). Study of the boomerang effect in a digital community among young people: Synergies and differences between advertising communication and museum experience. *Street Art y Urban Creativity*, *11*(2), 161–174. https://doi.org/10.62161/sauc.v11.5723

Viñarás Abad, M. (2018). *La función social de la publicidad: de la concienciación a la responsabilidad social.* CEU Ediciones

Zhao, X., y Fink, E. L. (2021). Proattitudinal versus counterattitudinal messages: Message discrepancy, reactance, and the boomerang effect. *Communication Monographs,* 88(3), 286-305. https://doi.org/10.1080/03637751.2020.1813317.

Zhou, J. (2016). Boomerangs versus javelins: How polarization constrains communication on climate change. Environmental Politics, 25(5), 788-811. https://doi.org/10.1080/09644016.2016.1166602

Zhuang, J.(2023). Whose norms to follow? Effects of social norm specificity on Black Americans' intention to receive COVID-19 vaccines. Health Communication, 38(11), 2350-2358. https://doi.org/10.1080/10410236.2022.2069212.